

Pänzer, Katrin

**Freundschaftsmarkt Facebook –  
Einfluss und Auswirkung des sozialen  
Netzwerkes Facebook auf die sozialen  
Beziehungen von Nutzern**

HOCHSCHULE MITTWEIDA

---

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Fakultät Soziale Arbeit

Roßwein, 2013

Pänzer, Katrin

**Freundschaftsmarkt Facebook –  
Einfluss und Auswirkung des sozialen  
Netzwerkes Facebook auf die sozialen  
Beziehungen von Nutzern**

eingereicht als

**BACHELORARBEIT**

an der

**HOCHSCHULE MITTWEIDA**

---

**UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES**

Fakultät Soziale Arbeit

Roßwein, 2013

Erstprüfer: Prof. Dr. phil. Christoph Meyer

Zweitprüfer: Dipl.-Betriebswirtin (BA) Manuela Hofmann

## Bibliographische Beschreibung:

Pänzer, Katrin:

Freundschaftsmarkt Facebook – Einfluss und Auswirkung des sozialen Netzwerkes Facebook auf die sozialen Beziehungen von Nutzern - 43 S.

Grünbach, Hochschule Mittweida/Roßwein (FH), Fakultät Soziale Arbeit, Bachelorarbeit, 2013

## Referat:

Das Internet hat nicht nur Wirtschaft, Medien und Meinungsbildung verändert, sondern es nimmt auch Einfluss auf die Art und Weise wie Freundschaften geführt und gepflegt werden. Die vorliegende Bachelorarbeit befasst sich mit der Veränderung von Freundschaftsbeziehung durch die Plattform Facebook. Die *Digital Natives*<sup>1</sup> mögen die Vorreiter dieses Gesellschaftswandels sein; letztlich betrifft er uns aber alle, denn mittlerweile gibt es über 900 Millionen Facebook Nutzer weltweit.

Die Arbeit geht der Frage nach, welchen Einfluss die Nutzung des Angebots Facebook auf die alltäglichen Freundschaftsbeziehungen seiner Mitglieder hat. Betrachtet wird außerdem, ob Freundschaften die über diese Plattform geführt werden, eine andere Bedeutung für den Nutzer haben als real geführte Freundschaften und ob reale Freundschaften an Wichtigkeit verlieren. Zur Beantwortung dieser Fragen erfolgt eine ausführliche Erörterung des Freundschaftsbegriffes. Ausgehend von Fragebögen, die von den Mitgliedern der Seite ausgefüllt wurden, werden anschließend in einer quantitativen Inhaltsanalyse typische Muster der Veränderung von Freundschaftsbeziehungen durch die Nutzung des Social Network Facebook erarbeitet.

---

<sup>1</sup> Dies sind Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene, die mit den digitalen Technologien, mit Internet und Mobiltelefon aufgewachsen sind.

# **INHALTSVERZEICHNIS**

<b>1 EINLEITUNG</b>	<b>1</b>
1.1 Einführung in die Thematik	2
1.2 Problem- und Zielstellung der Untersuchung	3
1.3 Aufbau der Arbeit	4
<b>2 DAS SOCIAL NETWORK FACEBOOK</b>	<b>5</b>
2.1 Die Begriffsbestimmung vom Social Network Facebook	5
2.2 Die Entwicklungsgeschichte vom Netzwerk Facebook	5
2.3 Gefahren und Risiken von Social Communities	7
2.4 Das Nutzerprofil	9
<b>3 SOZIALE BEZIEHUNGEN</b>	<b>10</b>
3.1 Arten von Beziehungen	11
3.1.1 Starke Bindungen (strong ties)	11
3.1.2 Schwache Bindungen (weak ties)	12
3.2 Soziales Kapital	13
3.3 Beziehungen in der Medienwelt	14
3.4 Freundschaft	15
3.5 Spezielle Theorien von Beziehungen	17

<b>4 DIE SELBSTDARSTELLUNG</b>	<b>18</b>
<b>5 DIE SOZIALFORSCHUNG</b>	<b>19</b>
5.1 Was bedeutet empirische Sozialforschung?	19
5.2 Die Methode	21
5.2.1 Die Erstellung des Fragebogens	22
5.2.2 Pretest	24
5.3 Die Untersuchungsgruppe	24
5.4 Die Statistik der Sozialforschung	25
5.5 Die Statistik des Fragebogens	26
5.6 Die Inhaltsanalyse der Forschungsergebnisse	38
<b>6 SCHLUSSBETRACHTUNG</b>	<b>42</b>
<b>ANHANG</b>	<b>I</b>
Anschreiben an die Probanden	I
Einwilligungserklärung	II
Fragebogen an die Befragungsgruppe 12-14 Jahre	III
Fragebogen für die Befragungsgruppe 15-20, 21-30, 31-40, 41-50 Jahre und 51 und Älter	VII
Auswertung der Fragebögen	XII
<b>QUELLEN UND LITERATUR</b>	<b>XVIII</b>
<b>SELBSTSTÄNDIGKEITSERKLÄRUNG</b>	<b>XXI</b>

## 1 Einleitung

Die Technik ist mittlerweile ein fester Bestandteil in unserem Agieren. Die Konversation mit Menschen aus aller Welt, die gezielte Suche nach Informationen und Freunden, all das ist keine Hürde mehr. Ein modernes Leben ohne das World Wide Web ist schier undenkbar.

Die Menschheit wurde regelrecht überrollt von diesem neuen digitalen Zeitalter<sup>2</sup>. Ein Ausweichen ist fast unmöglich. In dieses uferlose Angebot reihen sich endlose Community Seiten ein. Sie sind nicht nur integriert in den meisten zwischenmenschlichen Beziehungen, sondern begegnen uns auch im alltäglichen Leben. Eines der gewichtigsten Unternehmen dieser Art ist das Social Network Facebook.

Es vergeht kein Tag, an dem diese Institution nicht meinen Weg kreuzt. Selbst im Discounter hängen Werbebanner mit dem *Gefällt mir*-Logo aus. Dies kann auf der entsprechenden Facebook-Seite angeklickt werden, anscheinend um auszusagen, dass der User dort Produkte kauft und dass er das Geschäft gut findet. Sogar die sonst so biedere Nachrichtensendung *Tagesschau* der ARD schwimmt in diesem Strom mit und bietet den *Gefällt mir*-Klick an. Auch im privaten Umfeld werden Einladungen zu Feierlichkeiten fast ausschließlich nur über diese Seite preisgegeben.

Ich bin kein Facebook-User. Ich komme mir aber gelegentlich vor, als wäre ich die Einzige, die diese *Social Media* nicht nutzt. „24,6 Millionen aktive Facebook-Nutzer“<sup>3</sup> gibt es derzeit in Deutschland. Das bedeutet, dass jeder vierte Deutsche bei dem Netzwerk angemeldet ist und die Tendenz darin ist steigend<sup>4</sup>. Und was machen diese 24,6 Millionen Facebook-Mitglieder? Sie posten, verlinken, chatten und verabreden sich mit ihren Facebook-Freunden. Es scheint, als wäre es im digitalen Zeitalter sehr attraktiv, Freunde über *Social Media* zu finden und Freundschaften über dieses soziale Netzwerk zu pflegen.

Anstoß dieser Bachelorarbeit ist die unumstrittene, einhergehende Veränderung der Art und Weise, wie soziale Beziehungen durch die Plattform Facebook entstehen und Freundschaften in ihr geführt werden.

---

<sup>2</sup> vgl. Farke, 2011, S. 11.

<sup>3</sup> Roth, 2012, o. S.

<sup>4</sup> vgl. Geldner, A. [19.05.2012]: Kursverlust für die Privatsphäre, in Freie Presse, S. 7.

Wird die Facebook-Startseite geöffnet, dann erscheint diese Devise: „Wir ehren die alltäglichen Dinge, die uns zusammenbringen, und feiern, dass sich die Menschen überall verbinden“<sup>5</sup>. Das Ziel dieser Ausführung ist eindeutig.

## 1.1 Einführung in die Thematik

Im Zuge der angeführten gesellschaftlichen Verbreitung sollte ein besonderes Augenmerk auf die veränderten Prozesse der Selbstdarstellung und der Beziehungspflege in diesem Netzwerk gelegt werden.

Die Frage, die hierbei entsteht, wäre demnach, ob soziale Beziehungen sich im digitalen Zeitalter, im Zeitalter Facebook, verändert haben?

Obgleich die Tatsache besteht, dass alte Anschauungen des Kennenlernens auch weiter noch vorhanden sind. Wie beispielsweise den ersten entscheidenden Eindruck. Er bestimmt über Sympathie oder Antipathie des Gegenübers. So kann zum Beispiel die erste Empfindung schnell zu einer sich selbst erfüllenden Vorausdeutung führen. Aber auch auf Individuen mit ähnlichen Merkmalen von bereits Kennengelernten, werden schnell Parallelen zugeschnitten<sup>6</sup>. Diese erste Vorstellung ist wichtig für den Aufbau einer sozialen Beziehung. Um diesen Vorgang, den ersten Eindruck, positiv zu beeinflussen und seine Eigenschaften vorteilhaft zu präsentieren, ist eine nützliche Selbstinszenierung unverzichtbar. Eine gelungene Selbstdarstellung ist die Grundlage für eine erfolgreiche Freundschaft<sup>7</sup>. Im digitalen Zeitalter sind erste Eindrücke auf der Plattform Facebook denkbar weniger bedeutend.

Wie gestaltet sich hier die von Mummendey beschriebene Selbstinszenierung für eine erfolgreiche Freundschaft? Steht die Inszenierung eines Selbst vielleicht auf einem ganz anderen Punkt?

Inszeniert werden etwa Dinge, die der Nutzer gerade tut. Er trinkt einen Kaffee und *postet* im gleichen Zuge ein Foto seiner Tasse Schwarzgetränk. So stellt er sein Leben ins Netz für die, die sich dafür interessieren.

---

<sup>5</sup> Zuckerberg, 2004, o. S.

<sup>6</sup> vgl. Mummendey, 1995, S. 137.

<sup>7</sup> vgl. ebd., S. 137.

Wer heute Bedarf hat, kann sich jederzeit darüber informieren, „was sich bei denen tut, die es in die Freundesliste geschafft haben“<sup>8</sup>. Um diese Inszenierungen und die Freunde wahrzunehmen, bedarf es keines Kontaktes, es ist auch nicht zwingend, gleich mit ihnen zu chatten<sup>9</sup>. „Es reicht, sich seine *Postings* anzusehen, Fotoalben durchzuklicken oder seinen Links zu folgen“<sup>10</sup>.

## 1.2 Problem- und Zielstellung der Untersuchung

*Digital Natives* haben längst neue Strategien entwickelt, Freundschaften zu knüpfen und zu festigen. Vieles, was früher mündlich oder gar persönlich besprochen wurde, wechselt in die Schriftform. Knappe Botschaften werden ausgetauscht, halböffentlich und in den Statusmitteilungen der sozialen Netzwerke. Freundschaften werden nicht nur online gepflegt, auch der Moment des Kennenlernens vollzieht sich immer zahlreicher im weltweiten Netz. Wem das passiert, der stellt eine merkwürdige Ungleichzeitigkeit fest. Denn längst wurde sich per Mail oder im Chat sehr viel mehr und eher persönliches erzählt, als es je bei einem Kennenlernen in der Kneipe passiert wäre. Doch vieles andere gerät dabei in Vergessenheit. Wie wichtig erschienen einst der Klang der Stimme, die Ausstrahlung oder die spontanen Reaktionen. Kommt es dann zu einem persönlichen Treffen, dauert es lange, bis die Realität eingeholt, was im Netz längst gewachsen ist<sup>11</sup>. Was jetzt noch persönlich abgehandelt wird, wird in naher Zukunft eher die Ausnahme sein. Wenn das Digitale die Herrschaft über Kennlernprozesse und dem Führen von Freundschaften übernimmt, was passiert dann mit unserer Gesellschaft? Menschen werden darunter leiden, dass sie mit einer solchen Menge an *Freund-Alternativen* konfrontiert werden. Die Mitglieder ersetzen Vorherbestimmung durch Übereinstimmung. Facebook mit seiner Suchmaske wird zum Werkzeug des digitalen Zeitalters. Das Glück, den Einzigen gefunden zu haben, wird ersetzt durch die Zufriedenheit, einen Übereinstimmenden entdeckt zu haben<sup>12</sup>.

---

<sup>8</sup> Ochmann, 2012, o. S.

<sup>9</sup> vgl. ebd.

<sup>10</sup> ebd.

<sup>11</sup> vgl. Krones, 2011, o. S.

<sup>12</sup> vgl. ebd.



Für den Nutzer unwichtigen, für das Pflegen von Beziehungen wichtigen Auseinandersetzungen und mitunter Konfrontationen durch Anders sein, wird gezielt aus dem Weg gegangen. Wie gestalten sich demnach schon heute soziale Beziehungen im Zeitalter von Social Communities?

Durch die zunehmende Verbreitung dieser Social Networks stellt sich außerdem die Frage, inwiefern sich der Gebrauch derartiger Angebote auf real existierende soziale Netzwerke auswirkt bzw. wie sich dadurch Kommunikationspraktiken verändern können. Ist es möglich, dass die persönliche Kontakte im digitalen Zeitalter an Bedeutung verlieren und sich vielleicht sogar auflösen? Gehört eine Selbstinszenierung, wie das *Posten* von Dingen, die dem Facebook-Nutzer gefallen oder die er gerade tut, zum Finden, zum Aufbau und zur Festigung sozialer Beziehungen? Beeinflusst Facebook die Bedeutung von Freundschaften?

### **1.3 Aufbau der Arbeit**

Die hier vorliegende Bachelorarbeit ist in drei Abschnitte unterteilt. Im ersten Abschnitt gehe ich kurz auf die Frage ein, was Facebook ist und was dahinter steht.

Für die theoretische Grundunterlegung der Arbeit wird auf die Bedeutung und Entstehung von sozialen Beziehungen und Freundschaften eingegangen. Neben starken Bindungen, welchen unter anderem die engen Freundschaften entsprechen, werden auch die Merkmale schwacher Bindungen und deren besondere Stärken angeführt.

Der zweite Teil widmet sich der empirischen Forschung und dem Erstellen der Fragebögen an Facebook-Mitglieder. Es folgt die umfangreiche Auswertung des erhobenen Datenmaterials.

Die Ergebnisse werden schließlich prägnant zusammengefasst und die aufgeworfenen Forschungsfragen somit beantwortet, außerdem findet sich noch eine kurze Schlussbemerkung.

Es wird ein problemzentrierter Forschungsüberblick präsentiert und am empirischen und theoretischen Forschungsstand dargelegt.

Im Fokus steht hierbei, soziale Beziehungen und deren Entwicklung im sozialen Wandel des Computerzeitalters aufzuzeigen.

## **2 Das Social Network Facebook**

### **2.1 Die Begriffsbestimmung vom Social Network Facebook**

Facebook ist eine Netzgemeinschaft im Internet. Social Networks gehören inzwischen zu den gefragtesten Internetanwendungen. Bei Internet gestützten medialen Angeboten, die Grundlage sozialer Interaktion sind, wird von sozialen Medien gesprochen. Die Kommunikation untereinander findet in diesem sozialen Netzwerk statt. Sie ist technisch miteinander vermittelt und erfolgt in Schriftform. Facebook dient als Plattform zum gegenseitigen Austausch von Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen.

Ziel von der Website ist es, alle Menschen auf der Welt zusammenzubringen und überall zu verbinden<sup>13</sup>. Dieses Ziel kann unter anderem verfolgt werden, indem die Mitglieder die Möglichkeit haben, gezielt Personen über die Plattform zu suchen. Sind diese dort registriert und es wird vom Suchenden ein Kontakt gewünscht, werden Freundschaftsanfragen gesendet. Nimmt dieser jene an, wird von einem Facebook-Freund gesprochen. Die Netzgemeinde hat die Möglichkeit, sich entsprechend mit Bildern oder Worten darzustellen oder sich durch gezielte Werbung über Produkte oder Ähnliches zu informieren<sup>14</sup>.

### **2.2 Die Entwicklungsgeschichte vom Netzwerk Facebook**

Im Januar 2004 begann die Erfolgsstory Facebook an der Harvard University. Zu dem damaligen Zeitpunkt schrieb der Student Mark Zuckerberg in seinem Wohnheim-Zimmer in Harvard gemeinsam mit seinen Studienkollegen Eduardo Soverin, Dustin Moskovitz und Chris Hughes den Anfang des „Quelltexts“<sup>15</sup> von Facebook.

---

<sup>13</sup> vgl. Zuckerberg, 2004, o. S.

<sup>14</sup> vgl. Stuber, 2011, S. 207.

<sup>15</sup> ebd., S. 206.

Kurz danach ging die Community Site erstmals online<sup>16</sup>. Ziel des 19-jährigen Studenten Zuckerberg war es, die Elite-Uni Harvard zu vernetzen. Zuckerberg verfeinerte die Seite.

Im September 2004 fügt er zu den Profilen die sogenannte *Wall* (Pinnwand) hinzu, auf der die Nutzer Nachrichten hinterlassen können. Die Internetseite trug damals noch die Bezeichnung *Thefacebook.com* und wurde im selben Jahr umbenannt in Facebook<sup>17</sup>. Namensgeber waren die amerikanischen Jahrbücher, die an die Studenten der Colleges verteilt wurden. In ihnen wurden alle Gesichter dortiger Studenten abgebildet. Facebook öffnete sich nun auch für Nichtstudenten der Harvard University. Somit hatten die Universtitäten von Stanford, Columbia und Yale Zugang zu der Plattform. Nur kurze Zeit später war Facebook zugänglich für alle Studenten Amerikas<sup>18</sup>. Im September 2006 öffnet sich die Website für alle. Zu jener Zeit gab es 12 Millionen aktive Nutzer. Die einzige und noch bestehende Voraussetzung für die Nutzung der Seite sollte sein, dass die Mitglieder älter als 13 Jahre sind. Die Website erhält immer mehr Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit. Dies hat zur Folge, dass namhafte Konzerne auf Facebook aufmerksam werden.

Im Oktober 2007 steigt Microsoft mit 240 Millionen US-Dollar in das Unternehmen Facebook ein. Seit März 2008 gibt es die Website Facebook auch auf Deutsch. Ein weiterer Meilenstein des Unternehmens erfolgt im April 2008. Da löst Facebook *MySpace* als beliebtestes Online-Netzwerk ab. Schon im Juli 2010 wird das Netzwerk weltweit von 500 Millionen Menschen genutzt.

Im Februar 2012 kündigt Facebook den lang erwarteten und von vielen kritisierten Börsengang an<sup>19</sup>.

Die Fangemeinde wächst stetig. Im Oktober 2012 hat Facebook 966125400 Mitglieder weltweit, allein davon in Deutschland beträgt die aktive Nutzerzahl 25189320<sup>20</sup>.

---

<sup>16</sup> vgl. Stuber, 2011, S. 206.

<sup>17</sup> vgl. Geldner, A. [16.05.2012]: Facebook-Aktie wird noch teurer, in: Freie Presse, S. 6.

<sup>18</sup> vgl. Stuber, 2011, S. 206.

<sup>19</sup> vgl. Geldner, A. [16.05.2012]: Facebook-Aktie wird noch teurer, in: Freie Presse, S. 6.

<sup>20</sup> vgl. Roth, 2012, o. S.

Diese gigantischen Zahlen sollten deutlich machen, dass das aktive Nutzen derartiger sozialer Medien auch negative Veränderungen mit sich bringen kann.

### **2.3 Gefahren und Risiken von Social Communities**

Täglich nutzen das Internet immer mehr Menschen auf allen Kontinenten. Der damit verbundene netzmedial bedingte Wandel von Gesellschaft, Politik und Wirtschaft schwankt zwischen ausgeprägten Medienenthusiasmus und tiefer Medienskepsis<sup>21</sup>.

Schon in der Geschichte beschreibt Rousseau recht drastisch die Gefahr der modernen Technik. Er äußert dies so, dass die Herren der Schöpfung sich zugleich zu ihren erbärmlichen Knechten der Technik machen lassen. Rousseau würde sich der heutigen Wissenschaft und Technik entgegenstellen, weil er befürchte, dass sie Untertanen aus uns machen könnte<sup>22</sup>. Diese Theorie zeigt sich in einer aktuellen repräsentativen Studie zur Internetabhängigkeit. Diese besagt, dass rund 560000 Menschen zwischen 14 und 64 Jahren in Deutschland internetsüchtig sind<sup>23</sup>.

Weiter beschreibt er die moderne Technik damit, dass die Wissenschaften ihre eisernen Ketten mit Blumengirlanden schmücken und damit bringen sie uns dazu, die Sklaverei zu lieben<sup>24</sup>. Vielleicht ist dies zu vergleichen mit den immer mobiler werdenden Techniken, sich das Internet zugänglich zu machen. Und natürlich den ständig fallenden Kosten für derartigen Luxus.

Die Technik verspricht so viele Annehmlichkeiten, dass wir sie kaum in Frage stellen dürfen, aber in der Tat sind wir nur allzu oft bereit, für unsere technologische Geselligkeit mit unserer Freiheit zu bezahlen<sup>25</sup>.

Ein weiteres Indiz für den virtuellen Eingriff in das reale Jetzt ist eine Geschichte zweier junger Menschen, auf die ich während meiner Recherche über die Thematik stieß:

---

<sup>21</sup> vgl. Thimm, 2000, S. 7.

<sup>22</sup> vgl. Richards, 1991, S. 76.

<sup>23</sup> vgl. Redaktion [10.10.2012]: Über eine halbe Millionen betroffen, in: Freie Presse, S. 8.

<sup>24</sup> vgl. Richards, 1991, S. 76.

<sup>25</sup> vgl. ebd.

Zwei Freunde saßen in dem Jugendzimmer des einen. Sie kamen auf die Idee, einen gemeinsamen Freund zu kontaktieren.

Leider ging dieser nicht an sein Handy. Also schrieben sie ihm Nachrichten auf Facebook. Es kam keine Antwort. Es dauerte ein ganzes Stückchen, bis beiden einfiel, dass der junge Mann ja im selben Haus wohnt. Gerade mal zwei Treppen tiefer. Warum klingelten die beiden nicht gleich an seiner Tür? Die Freunde lebten wie in einem Traum. Alle Freunde stets am Bildschirm verfügbar, man sieht jederzeit, wer gerade *on* ist. Ganz einfach ein Klick, und die Verbindung steht. Die wirkliche, reale Welt dagegen, die alte Welt der Dinge, war in eine irrealen Ferne entrückt. Niemand vermisste das finstere offline Zeitalter.

Das zeigt, dass vor allem junge Menschen das Netzwerk und *Social Media* unwiderstehlich und praktisch finden. Sie schöpfen besonders begierig aus, was das Medium bietet. Einige äußern dies so, als wäre es wie beim Herumhängen vor der Eisdiele. Man ist zusammen, jeder kann etwas sagen, niemand muss<sup>26</sup>.

Bei dieser ständigen Verbindung untereinander, und sicherlich auch zum Elternhaus, wird vergessen, dass Momente des Alleinseins gerade für Heranwachsende sehr wichtig sind. Früher oder später, meist im Alter zwischen 11 und 14 Jahren, wagen sich Kinder zum ersten Mal unbegleitet in eine fremde Umgebung. Diese Erkundungen der Fremde und den vielleicht damit verbundenen Gefahren, die sie allein meistern müssen, gehören zur Stärkung ihres Selbstwertgefühles. Nur mit dem ständigen Erreichbarsein fehlt den Heranwachsenden diese wichtige Erfahrung.

Facebook ist inzwischen für viele Jugendliche das organisierende Zentrum, die Warte, von der aus sie gemeinsam auf die Welt schauen<sup>27</sup>. Das Verlieren in der virtuellen Welt ist sicherlich eine Problematik. Eine Andere die Veränderung der sozialen Beziehungen durch die Netzkultur.

In der *face-to-face* Interaktion kann man aus non- und paraverbaler Information einen Eindruck über den Kommunikationspartner und dem vielleicht zukünftigen Freund gewinnen.

---

<sup>26</sup> vgl. Dworschak M., 2012, S. 127.

<sup>27</sup> vgl. ebd., S. 130.

Auch bedarf eine medial geführte Kommunikation, wie beispielsweise bei Facebook, nicht dringend einer sofortigen Reaktion. Worte in Schriftsprache können sich länger überlegt werden.

Dies könnte zur Folge haben, dass es Menschen, die vorwiegend in der virtuellen Welt kommunizieren und diese Art der Antwortmöglichkeit öfter wählen, schwer haben, in der realen Welt ein *fließendes* Gespräch zu führen. Es wäre somit für jene beschwerlich, eine Beziehung durch ein *face-to-face* Gespräche aufzubauen.

Auch für Arbeitnehmer entstehen neue ungewollte Gefahren. Nicht nur in der Kommunikation werden soziale Medien für Firmen immer wichtiger, sondern auch bei der Personalsuche spielen sie inzwischen eine zentrale Rolle. Eine aktuelle Umfrage belegt, dass bereits jedes fünfte Unternehmen Bewerbern aufgrund ihrer Facebook-Seite absagt.

Für die jährliche Technologie-Umfrage von *Schwartz Public Relations* zusammen mit dem weltweiten PR Netzwerk *Eurocom Worldwide* wurden über 300 europäische Führungskräfte von Technologieunternehmen im Januar und Februar 2012 befragt. Von den Befragten gaben vierzig Prozent an, dass sie die Internet-Profile der Bewerber überprüfen. Das bewusst gewählte *Posten* von Fotos und Meinungen ist vielleicht nicht für die Allgemeinheit bestimmt, aber auch für *Freunde von Freunden* des Facebook-Nutzers sind derartige *Postings* sichtbar. Wer also auch ein nichtöffentlich zugängliches Facebook-Profil hat, sollte sich sehr gut überlegen, was er auf die Seite stellt<sup>28</sup>.

## 2.4 Das Nutzerprofil

Das Benutzerprofil von Facebook-Mitgliedern eröffnet umfangreiche Möglichkeiten zur Selbstdarstellung. Es können zahlreiche Informationen zur eigenen Person in Textform bereitgestellt werden, wobei diese teilweise aus Vorgaben gewählt und teilweise selbst eingegeben werden können und größtenteils nicht zwingend eine Angabe erfordern.

---

<sup>28</sup> vgl. Arbeitsrecht, 2012, o. S.

Dem jeweiligen Nutzer steht ein umfangreiches Fotoalbum zur Verfügung, in welches er neben seinem repräsentativen Profilfoto beliebig viele weitere Bilder hochladen und in verschiedenen Alben organisieren kann. Hinsichtlich von Freundschaftsbeziehungen besteht außerdem die Möglichkeit, Fotos mit dem Profil anderer Mitglieder zu verlinken. Auch das Hochladen und Verwalten eigener Videos ist möglich.

Eine Freundschaftsanfrage kann an jeden sichtbaren Nutzer gestellt werden. Diese Anfrage kann angenommen oder abgelehnt werden. Wird eine Freundschaftsanfrage angenommen, wird das entsprechende Mitglied in die individuelle Freundesliste aufgenommen.

Der User kann seine Inhalte, die er in seiner Chronik *postet*, individuell festlegen. Er kann beispielsweise seine Schule öffentlich zugänglich machen, seine Fotos aber nur für seine Freunde sichtbar machen. Der Nutzer bestimmt, auf welche Inhalte zugegriffen werden kann und welche Informationen seine Freunde und andere Mitglieder in die Anwendungen und auf die Webseiten, die sie verwenden, mitnehmen können.

Unter dem Link *Privatsphäre-Einstellungen* kann *benutzerdefiniert* angeklickt werden. Im Unterschied zur Aktivierung *Freunde*, kann dieser einen ungewollten Zugriff auf die *Privatsphäre* unterbinden. Er ermöglicht ein weiteres Eingrenzen der Personen, die auf die Seite des Users zugreifen können.

### 3 Soziale Beziehungen

Menschen sind eine soziale Gattung, somit haben diese ein Grundbedürfnis nach sozialem Kontakt mit anderen Individuen.

Wie der Philosoph Aristoteles schon formulierte, ist der Mensch ein in der Gesellschaft lebendes Wesen. In der Gesellschaft und mit ihr zu leben bedeutet, auf soziale Beziehungen einzugehen. Er betitelt dies mit *zoon politikon*. Der Mensch ist demnach ein Individuum, das als soziales, auf Gemeinschaft angelegtes und Gemeinschaft bildendes, politisches Lebewesen agiert.

Döring definiert die Begrifflichkeit soziale Beziehung so, dass zwischen zwei Personen eine soziale Beziehung entsteht, „wenn sie wiederholt miteinander Kontakt haben, also mehrfach zeitversetzt miteinander kommunizieren oder zeitgleich interagieren“<sup>29</sup>. Wird wiederum von einem Einzelereignis ausgegangen, trifft die Definition des sozialen Kontakts zu. Nur bei Kontakten über mehrere Zeitpunkte wird die Bezeichnung soziale Beziehung verwendet<sup>30</sup>.

### 3.1 Arten von Beziehungen

Es gibt verschiedene Arten, wie Beziehungen untereinander eingegangen werden. In sogenannten formalen Beziehungen nehmen sich die Beteiligten wechselseitig in ihrer bestimmten, jeweils eingenommenen Rolle wahr, wobei die Beziehung zwischen den Rollenträgern, das heißt, den Personen, nicht den Rollen, besteht. Diese beschreibt beispielsweise die Beziehung zwischen dem Verkäufer und dem Kunden. In dieser Art der Beziehung erleben sich die Beteiligten in ihren individuellen Besonderheiten und interagieren allein aus diesem Grund miteinander<sup>31</sup>.

Die persönliche Beziehung betrifft meist die Familienbeziehung, etwa wie bei Vater und Sohn. Diese Art der Beziehung kann folgerichtig nicht freiwillig gewählt werden, wie bei den schon genannten. Und es gibt natürlich auch noch die romantische, Liebes- und Partnerschaftsbeziehung<sup>32</sup>.

#### 3.1.1 Starke Bindungen (strong ties)

In den verschiedenen Beziehungen wird außerdem zwischen unterschiedlichen Bindungen unterschieden.

Im „Kernbereich“<sup>33</sup> des sozialen Netzwerks finden sich Personen, zu denen starke Bindungen (*strong ties*) bestehen. Diese stellen die wichtigste Ressource für emotionale Unterstützung dar.

---

<sup>29</sup> Döring, 2000, S. 39.

<sup>30</sup> vgl. ebd.

<sup>31</sup> vgl. Nerdinger, 2001, S. 229.

<sup>32</sup> vgl. Döring, 2000, S. 40.

<sup>33</sup> Döring, 2003, S. 410.



Starke Bindungen sind durch Multiplexität, stabiles Engagement der Partner und eine hohe Erwartung derselben an die Beziehung gekennzeichnet, wobei das Geben und Nehmen emotionaler oder instrumenteller Unterstützungsleistungen zeitversetzt geschehen kann<sup>34</sup>.

Die Zuschreibung starke Beziehung bezieht sich unter anderem auf den Beziehungstyp Freundschaft. Diese Bindungen werden durch einen hohen Emotionalitätsgrad und einen hohen Zeitaufwand charakterisiert. Personen, die in einer derartigen Beziehung stehen, haben gemeinsame Interessen und sind dauerhaft engagiert. Die Aufgaben von *strong ties* sind Zusammenhalt, Vertrautheit und Verlässlichkeit.

### 3.1.2 Schwache Bindungen (weak ties)

Der Kernbereich des sozialen Netzwerks ist umgeben von einer „weiteren Zone“<sup>35</sup>, welche sich durch schwache Bindungen (*weak ties*) auszeichnet. Die Beziehung ist vor allem durch eine gewisse Eindimensionalität gekennzeichnet. Als Kontaktgrundlage dienen meist nur einzelne, spezifische Interessen oder Tatsachen wie Nachbarschaft oder der gemeinsamer Arbeitsplatz. Entsprechend gering ist die Intimität und der Zeitaufwand dieser Beziehungen, es besteht nur wenig Verpflichtungscharakter zwischen den Interaktionspartnern. Das Geben und Nehmen muss hier jeweils sofort ausgeglichen werden<sup>36</sup>.

Bei einer schwachen Beziehung wird im Allgemeinen von einer Bekanntschaft ausgegangen. Schwache Bindungen basieren zwar auch auf gemeinsamen Interessen wie Hobby oder Beruf, sie haben dennoch nichts mit Intimität zu tun und sind eher temporär. Diese Beziehungen stellen aber eine wichtige essentielle Ressource dar, welche den Horizont des engen Beziehungsnetzwerks weit überschreiten kann.

Wenn die verschiedenen Beziehungsarten betrachtet werden, fällt auf, dass einige dieser keine einzelne Zuschreibung einer formalen oder persönlichen Beziehungsart bekommen kann.

---

<sup>34</sup> vgl. Döring, 2003, S. 407.

<sup>35</sup> ebd., S. 410.

<sup>36</sup> vgl. ebd., S. 407.

Denn beispielsweise bei Ehepartnern, die ihre Heirat mit einem Ehevertrag besiegeln, tritt eine *Mischform* auf. Zum einen basiert diese Bindung, die sie eingehen, auf eine persönliche Beziehungsart, aber zum anderen schließen sie diese mit einem rechtskräftigen Papier, dem Ehevertrag und damit von Amtswegen formalisiert, ab. Sie ist demnach auch eine formale Beziehung. Des Weiteren werden *lose* Gemeinschaften (*weak ties*), die einen gemeinschaftlichen Wohnraum nutzen und somit einen gemeinsamen Mietvertrag unterschreiben, durch diesen formalisiert.

Die angeführte formale Beziehung zwischen dem Kunden und dem Verkäufer kann sich durchaus auch in einen persönlichen Beziehungsrahmen wandeln. Kommt der Kunde öfter in das Geschäft des Verkäufers und es baut sich eine Sympathie auf, kann sich eine Freundschaft daraus entwickeln. Die vorangegangene Art der Bindung erhält somit dadurch die Bedeutung einer formalen und persönlichen Beziehung.

Persönliche Beziehungen, die über die Plattform Facebook gepflegt werden, werden durch das Bestätigen der Freundschaftsanfrage formalisiert. Sie sind dadurch offiziell der Gesellschaft bekannt gegeben.

So könnten alle Arten von Beziehungen und Bindungen durchleuchtet werden, es würde festgestellt, dass diese sogenannten *Mischformen* keine Einzelfälle sind. Die angeführten Beziehungsarten können somit ambivalent sein.

### 3.2 Soziales Kapital

Der Begriff des sozialen Kapitals genießt in den Sozialwissenschaften beständig steigende Popularität.

Die erwähnte Ressource trifft nicht nur auf Personen zu, zu denen eine schwache Bindung besteht, sondern zu zahlreichen Menschen, zu denen gar keine Beziehung besteht. Sie liefern einen wichtigen Input für die persönliche Entwicklung.

Doch auch die „Peripherie“<sup>37</sup> bezeichnet all jene Personen, die sich um das soziale Netzwerk eines Individuums gruppieren und mit dessen Namen sie eine Handlungsgeschichte verbinden können.

---

<sup>37</sup> Döring, 2003, S. 410.

Analog zu dieser ökonomisch geprägten Terminologie bezeichnet Döring die Peripherie auch als „soziales Kapital“<sup>38</sup>.

Sozialkapital umschreibt also den Nutzen, der aus sozialen Beziehungen gezogen werden kann. Die Voraussetzungen für soziales Kapital sind somit in jedem Fall soziale Beziehungen, die in unterschiedlichster Weise zunächst aufgebaut und dann erhalten und gepflegt werden müssen.

### 3.3 Beziehungen in der Medienwelt

Heutzutage leben wir in der Epoche der Globalisierung. Es ist schon gewöhnlich, dass man verschiedene Kommunikationsmittel verwendet, um die persönlichen Kontakte zu pflegen.

Soziale Beziehungen, die online basieren, machen sozialpsychologische Beziehungsverständnisse keinerlei Restriktion hinsichtlich des Mediums der Einzelkontakte und lassen es somit theoretisch zu, „auch dann von echten sozialen Beziehungen zu sprechen, wenn die Beteiligten [sie] vorwiegend oder ausschließlich computervermittelt realisieren“<sup>39</sup>.

„Diejenigen, die im Netz starke Bindungen in Form von Freundschaften oder romantischen Beziehungen eingehen, stellen innerhalb der Netzpopulation eine Minderheit dar“<sup>40</sup>. Im Einzelfall aber können Medien sich als beziehungs- und möglicherweise auch sprachförderlich erweisen. Es bedarf aber einer breiten Palette an Medientechnologie, um in Kontakt treten zu können. Dies gibt jedoch keine Sicherheit für ein erfolgreiches Zustandekommen der gewünschten Beziehung<sup>41</sup>. In Zeiten von Internet und sozialen Netzwerken wie Facebook hat sich auch das *Führen* von Beziehungen verändert. Die Nutzer derartiger Seiten haben im Internet eine fast endlose Liste von virtuellen Freunden. Der Vorteil derartiger Beziehungen ist, dass über weite Entfernungen unkompliziert kommuniziert werden kann und so Freundschaften auch zu Menschen gepflegt werden, die der Nutzer ansonsten aus den Augen verlieren würde<sup>42</sup>.

---

<sup>38</sup> Döring, 2003, S. 410.

<sup>39</sup> Döring, 2000, S.39.

<sup>40</sup> ebd., S.40.

<sup>41</sup> vgl. Hiebler, 2007, S. 112.

<sup>42</sup> vgl.Tovar, 2012, o. S.

Andererseits erhöht das die Wahrscheinlichkeit, alte Freunde und Bekannte wieder zu entdecken, zu denen der Kontakt verloren gegangen ist. Der Kontext Internet bietet Möglichkeiten und Einschränkungen für soziale Beziehungen. Nachteile derartiger Beziehungen wurden unter 2.3 angeführt. Der Internetplattform Facebook die Funktion eines Beziehungsmediums zuzuweisen, bedarf einer empirischen Analyse, wie Personen oder Personengruppen das Netz faktisch für ihre Zwecke nutzen.

Auch ohne Untersuchung ist es eine Tatsache, dass das Medium der Kommunikation die geschriebene Sprache ist.

Anerkennenswert ist, dass vor allem junge Menschen, die im Netz kommunizieren und dadurch Beziehungen und Freundschaften pflegen, selten so viel geschrieben haben wie heute<sup>43</sup>.

Ein Blick sollte auch darauf gerichtet werden, ob Freundschaften, die über Facebook geführt werden, eine andere Bedeutung für das Mitglied haben als real geführte Freundschaften. Und vielleicht auch, ob reale Freundschaften an Wichtigkeit verlieren. Auch die Begrifflichkeit Facebook-Freund rückt in den Vordergrund, schließlich werden hier Familienmitglieder und langjährige, eng vertraute Personen mit lockeren Bekanntschaften auf eine Ebene gesetzt.

### 3.4 Freundschaft

Der Freundschaftsbegriff ist klassischer Gegenstand der Geisteswissenschaften. Seine Entwicklung lässt sich insbesondere durch literarische bzw. philosophische Quellen nachvollziehen. Ein wichtiges Merkmal des Freundschaftsbegriffes ist die Tatsache, dass dieser in ständigem Wandel der jeweiligen Epoche ausgesetzt ist.

Und so existierten in den verschiedenen Zeitaltern der Menschheit auch ganz unterschiedliche Auffassungen von Freundschaft. So sind Blutsbruderschaft, Familie, Kameradschaft, Seelenpartnerschaft, Freundschaft mit Gott, sensible, funktionale und emotionale Beziehung hierfür nur einige Beispiele<sup>44</sup>.

---

<sup>43</sup> vgl. Thimm, 2000, S. 11.

<sup>44</sup> vgl. Auhagen, 1996, S. 229.

Der Freundschaftsbegriff unterliegt nicht nur im historischen Kontext einem ständigen Wandel, auch im Alltag hat dieser bei Menschen unterschiedliche Bedeutungsdimensionen und ist daher schwierig zu definieren. Eine einheitlich anerkannte Definition für die Begrifflichkeit Freundschaft gibt es daher nicht. Allerdings sind in der Fachliteratur einige verschiedene Merkmale und Definitionsmöglichkeiten von Freundschaft zu finden.

Wie schon unter dem Begriff soziale Beziehung erwähnt wurde, gehören zu einer Freundschaft mindestens zwei Personen. Das Gegenüber in jener wird betitelt mit Freund. In einer Begriffsbildung von Reisman etwa, der sich mit der Definition Freund auseinandersetzte, tauchen die Aussagen positive Absichten und positive Gefühle, die dieser hegt, auf. Er beschreibt dies so: ein Freund ist ein Mensch, „der Zuneigung für den anderen empfindet, ihm wohlgesonnen ist und ihm Gutes zu tun wünscht und der glaubt, dass diese Gefühle und Absichten von der betreffenden Person erwidert werden“<sup>45</sup>.

So scheint die positive Emotionalität in einer Freundschaft eine tragende Rolle zu spielen.

Dies wird auch deutlich in den folgenden Definitionsversuchen.

Hays Auslegung in Bezug auf Freundschaft und Merkmale dieser geht aus von einer „freiwilligen Interpendenz von zwei Personen über die Zeit, die zum Ziel hat, deren sozial-emotionale Ziele zu erreichen, und die verschiedenen Arten und Ausprägungen von Kameradschaft, Intimität, Zuneigung und gegenseitigem Beistand einschließen kann“<sup>46</sup>.

Auhagen hat versucht, Freundschaft sowohl von anderen Sozialbeziehungen abzugrenzen, als auch mit Hilfe von strukturellen Kriterien diese eindeutig zu charakterisieren<sup>47</sup>. Folglich ist Freundschaft eine dyadische, persönliche und informelle Sozialbeziehung. Und diese wird durch vier Kriterien charakterisiert.

---

<sup>45</sup> Auhagen, 2006, S.201.

<sup>46</sup> ebd.

<sup>47</sup> vgl. ebd., S. 202.

Sie basiert auf Freiwilligkeit, sie besitzt einen Vergangenheits- und Zukunftsaspekt, gemeint ist hier die zeitliche Ausdehnung, sie wird bestimmt durch einen positiven Charakter, dies ist aber zweifellos ein subjektives Erleben und sie trägt keine Merkmale einer offenen Sexualität<sup>48</sup>. Diese Freiwilligkeit der Freundschaftsbeziehung stellt ein zentrales und unverzichtbares Kriterium dieser dar. Sie stellt an die Partner den Anspruch, die Beziehung bewusst zu betrachten und kontinuierlich zu ihr beizutragen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass ein zentrales Merkmal des Freundschaftsbegriffs dessen Mangel an eindeutigen Merkmalen ist. Auhagen bezeichnet diesen Sachverhalt als das „Paradox der Freundschaft“<sup>49</sup>. Dieses soziale Phänomen ist hochgradig subjektiv geprägt und mit objektiven Kriterien nur schwierig zu erfassen.

Die vorliegende Arbeit bedient sich der Begrifflichkeit ‚reale Freundschaft‘. Gemeint sind hierbei Freundschaften, die außerhalb von Facebook und anderen Community Seiten gepflegt werden.

### 3.5 Spezielle Theorien von Beziehungen

Es gibt spezielle Theorien über das Funktionieren von Freundschaft. Die Theorie von Wright verbindet Erkenntnisse der Psychologie, des Selbst und der Lernpsychologie<sup>50</sup>. Somit strebe jeder Mensch ein positives Selbstwertgefühl an und „Freundschaften tragen durch belohnende Interaktionen hierzu bei“<sup>51</sup>.

Vier Arten von belohnenden Werten seien nach Wright besonders von Bedeutung. Beim „*ego support value*“ wird vermittelt, man sei ein Mensch, mit dem es sich lohnt Zeit, zu verbringen. Der „*self affirmation value*“ sagt aus, dass das Verhalten des Freundes verstärkt als positiv empfunden wird. Im „*security value*“-Wert wird der Freund nicht als Bedrohung wahrgenommen. Und in der „*utility value*“ stellt der Freund konkrete Ressourcen bereit.

---

<sup>48</sup> vgl. Auhagen, 2006, S. 202.

<sup>49</sup> vgl. ebd, S. 215.

<sup>50</sup> vgl. Auhagen, 1993, S. 203.

<sup>51</sup> ebd., alle Zitate ebd.

Die Begrifflichkeit Freundschaft ist demnach charakterisiert durch eine „freiwillige Interdependenz und eine Betonung von persönlichen im Gegensatz zu rollenbetonten Anteilen der Freunde“<sup>52</sup>. Je bezeichnender diese Merkmale sind, desto inniger ist die Freundschaft. Diese Annahmen der Theorie nach Wright wurden durch Fragebogenstudien gestützt<sup>53</sup>.

Auch andere Formen der Freundschaft rücken mehr und mehr in den Vordergrund von Studien. Mit dem verbundenen Wandel der Technisierung werden sogenannte *Para-Freundschaften* erforscht. Das sind freundschaftsähnliche Beziehungen, die sich auf Kontakte innerhalb der neuen Medien wie dem Internet beschränken<sup>54</sup>.

Im Zuge dieser Ausführungen zeigt sich, dass der Freundschaftsbegriff im Alltagsgebrauch zur Bezeichnung verschiedener zwischenmenschlicher Beziehungen genutzt wird.

#### 4 Die Selbstdarstellung

Wie schon in der Einleitung dieser Arbeit aufgegriffen, ist eine förderliche Selbstinszenierung unverzichtbar. Eine zweckvolle Selbstdarstellung ist die Grundlage für eine erfolgreiche Freundschaft<sup>55</sup>. Die Präsentation der eigenen Person und ihrer Eigenschaften geschieht meist auf recht selbstdienliche Weise. Eine schädigende Selbstpräsentation ist eher eine Seltenheit. Menschen stellen sich in allen möglichen Hinsichten eher günstig dar, und zwar je nach den Erfordernissen der Situation und der Personen, an die sich die Selbstdarstellung richtet<sup>56</sup>.

Die Selbstdarstellung kann sich auf alle Bereiche des Verhaltens und Erlebens erstrecken. So nimmt sie beispielsweise darstellende Einflüsse auf die eigenen Fähigkeiten, Einstellungen und Vorlieben. Präsentiert wird sich sowohl nonverbal, wie durch Fotos, Kleidung und Haare, als auch verbal, mittels der Sprache oder Schriftsprache in Medienübertragungsmitteln, z.B. indem über Gefühle erzählt wird<sup>57</sup>.

---

<sup>52</sup> Auhagen, 1993, S. 203.

<sup>53</sup> vgl. ebd.

<sup>54</sup> vgl. ebd, S. 205.

<sup>55</sup> vgl. Mummendey, 1995, S. 137.

<sup>56</sup> vgl. Mummendey, 2006, S. 49.

<sup>57</sup> ebd.

Das Medium Internet ist ein *Pool* für Selbstdarstellungen. So ist es auch nicht wunderlich, dass die Plattform Facebook gerade mit Funktionen der Selbstdarstellung (Wall, Hochladen von eigenen Videos ec.) für ihre Mitglieder attraktiv ist.

## 5 Die Sozialforschung

Unser Alltag ist geprägt durch die Verwendung von Daten der Sozialforschung. Somit wird fast jede Ware, die wir kaufen können, mittels gestützter Marktforschung an den Kunden herangetragen.

Die Sozialforschung ist die systematische Erfassung und die Deutung sozialer Tatbestände<sup>58</sup>. Sie setzt sich systematisch und empirisch mit Themen auseinander. Dazu werden Fragestellungen entwickelt und zu ihrer Beantwortung werden Daten gesammelt und ausgewertet. Diese Daten werden unter Einsatz von Forschungsmethoden erhoben und analysiert

### 5.1 Was bedeutet empirische Sozialforschung?

„Empirisch bedeutet erfahrungsgemäß“<sup>59</sup>. Die „empirische Sozialforschung umfasst jenen Bereich theoretischer Aussagen, die an realen Erfahrungen geprüft werden können“<sup>60</sup>. Sie ist die systematische Erfassung und Deutung sozialer Erscheinungen<sup>61</sup>. Es geht vor allem darum, Aussagen zu bekommen über soziales Handeln, Einstellungen, Verhaltensweisen oder über Beziehungen<sup>62</sup>. Jede einzelne Phase des empirischen Forschungsverlaufes muss geplant und in jeder einzelnen Phase nachvollziehbar sein.

Das Erfassen sozialer Daten hat drei wesentliche Zusammenhänge, die alle bearbeitet werden müssen. Die erste Frage umfasst die Spezifizierung des Untersuchungsgegenstandes<sup>63</sup>. Die zweite Frage, die es zu bearbeiten gilt, bezieht sich auf den Entstehungs- und Verwertungszusammenhang.

---

<sup>58</sup> vgl. Atteslander, 1993, S. 11.

<sup>59</sup> ebd., S. 11.

<sup>60</sup> ebd., S. 12.

<sup>61</sup> vgl. ebd., S. 13.

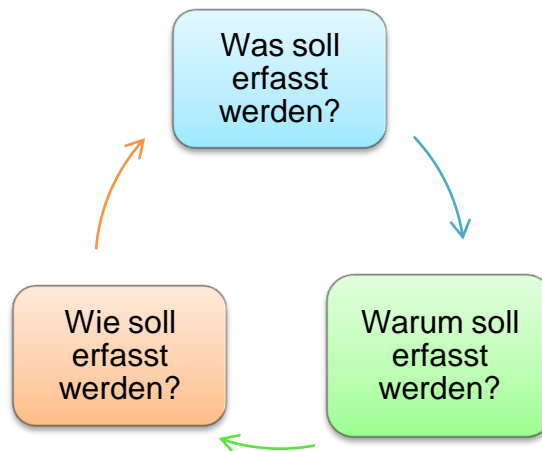
<sup>62</sup> vgl. ebd., S. 289.

<sup>63</sup> vgl. ebd., S. 12.



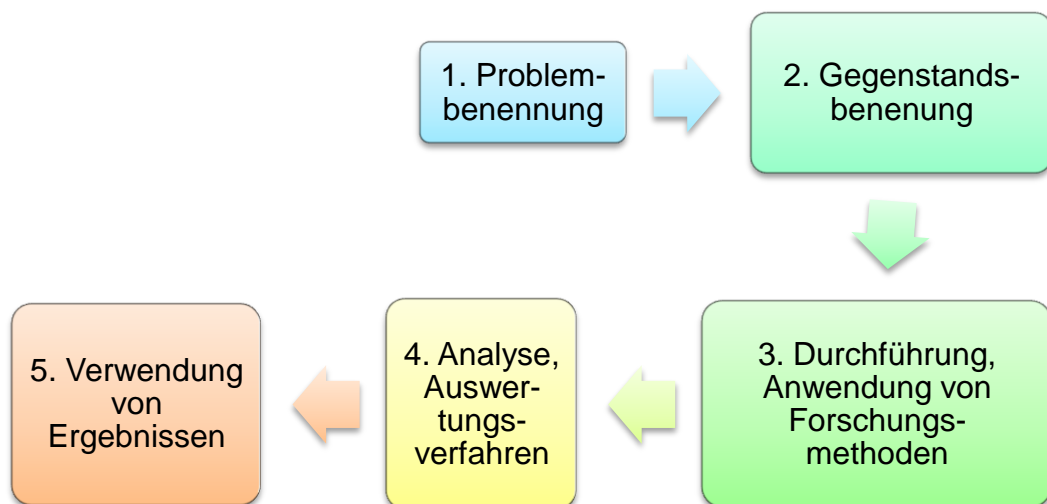
Die dritte Frage beschäftigt sich mit der Auswertung der sozialen Daten<sup>64</sup>.

Die nachfolgende Graphik schlüsselt dies auf:



(Abbildung 1: Grundproblematik empirischer Sozialforschung<sup>65</sup>)

Für alle Vorhaben der empirischen Sozialforschung gelten im Allgemeinen die gleichen Regeln. Grundsätzlich wird das Vorgehen in fünf Phasen unterschieden:



(Abbildung 2: Phasen des Forschungsablaufes<sup>66</sup>)

<sup>64</sup> vgl. Atteslander, 1993, S. 12.

<sup>65</sup> vgl. ebd., S. 13.

<sup>66</sup> vgl. ebd., S. 32.

## 5.2 Die Methode

Die empirische Sozialforschung ist möglich durch verschiedene Methoden. Erfassungsinstrumente sind die Befragung, die Beobachtung und die Inhaltsanalyse. Ein aussagekräftiges Ergebnis ist abhängig von der Wahl und der Gewichtung der durchgeführten Stichprobe.

Die vorliegende Bachelorarbeit bedient sich der Methode Befragung, durchgeführt durch einen Fragebogen. Er ist die schriftlich festgehaltene Strategie einer Befragung<sup>67</sup>. Dies ist eine quantitative Methode der Sozialforschung.

Die Datenerhebung ist standardisiert. Dies bedeutet, dass das *Erhebungsinstrument* (Fragebogen) und die Schritte und Bedingungen der Erhebung exakt festgelegt und für alle Untersuchungsobjekte gleich sind. Die Strukturierung der Datenerhebung erfolgt durch den Forscher<sup>68</sup>.

Bei dieser Art der Befragung wird vor der Kommunikation mit dem Befragten die Strategie festgelegt.

Ein Fragebogen sollte einen bestimmten Aufbau haben. Fragen beispielsweise zu einem gleichen Themenkreis sollten nacheinander folgen, um den Befragten nicht ständigen Gedankensprüngen auszusetzen.

Er bedarf somit logischer und psychologischer Gesichtspunkte<sup>69</sup>. Ein weiterer Aspekt, der zu beachten wäre, ist, welche Art von Fragen verwendet wird.

Im Groben wird zwischen drei Arten von Fragestellungen unterschieden. Eine offene Frage gibt beispielsweise dem Befragten die Möglichkeit, etwas selbst Formuliertes als Antwort niederzuschreiben. Bei einer geschlossenen Frage werden Kategorien vorgegeben, die die Probanden durch Ankreuzen wählen können. Die dritte Hauptart der Fragestellung ist die sogenannte Mischform. Unter ihr sind Fragen zu verstehen, die zwar vorgegebene Antwortkategorien haben, aber zusätzlich eine offene Kategorie enthalten<sup>70</sup>.

---

<sup>67</sup> vgl. Atteslander, 1993, S. 189.

<sup>68</sup> vgl. Weyers, 2011, S. 7.

<sup>69</sup> vgl. ebd., S. 190.

<sup>70</sup> vgl. Raab-Steiner & Benesch, 2008, S. 48 ff.

Für den Fragebogen der vorliegenden Arbeit wurden offene und geschlossene Fragen verwendet. Zu beachten ist, dass die erfassten Daten der sozialen Wirklichkeit aber nur ausschnittsweise entsprechen.<sup>71</sup>

### **5.2.1 Die Erstellung des Fragebogens**

Der Konstruktion eines Fragebogens muss die konkrete Formulierung des Forschungsthemas vorangehen. Nach der Frage, was der Forscher wissen und erforschen möchte, orientiert sich die Konstruktion des Fragebogens<sup>72</sup>.

In Anbetracht der gewählten Forschungsmethode sind die Fragen vergleichsweise offen formuliert.

Die vorliegende Arbeit befasst sich mit der Fragestellung welchen Einfluss und welche Auswirkung das soziale Netzwerk Facebook auf die sozialen Beziehungen von Nutzern hat und ob die Nutzung von Facebook die Qualität von realen Freundschaftsbeziehungen verändert.

Die Auswahl der Fragen und deren Gestaltung müssen Hand in Hand einhergehen mit den Auswertungsüberlegungen<sup>73</sup>.

Die Einleitung eines Fragebogens ist für die Motivation zur Bearbeitung nicht unwesentlich<sup>74</sup>. Eine kurze Darstellung der eigenen Person und der Einrichtung, für die die Erhebung durchgeführt wird, ist daher ratsam (siehe Anhang: Anschreiben an Probanden, Vorstellen des Forschungsthemas).

Bei der Formulierung der Fragen muss immer überlegt werden, an wen sich das Instrument richtet<sup>75</sup>. Im Fall des Autors wurden die Frageformulierungen an die Befragungsgruppe 12-14 Jahre in eine persönliche Anrede (du) umformuliert, um einen besseren Zugang zur Testperson dieser Altersgruppe zu erreichen.

---

<sup>71</sup> vgl. Atteslander, 1993, S. 196.

<sup>72</sup> vgl. Raab-Steiner & Benesch, 2008, S. 45.

<sup>73</sup> vgl. ebd., S. 48.

<sup>74</sup> ebd., S. 49.

<sup>75</sup> vgl. ebd., S. 51.

Die Gesamtlänge des Fragebogens muss zumutbar für den Befragten sein. Auf ein ansprechendes Layout sollte außerdem geachtet werden. Der Fragebogen dieser Arbeit umfasst 21 Fragen. Bei den Fragebögen an die Gruppe 12-14 Jahre wurden zusätzlich noch zwei Fragen eingearbeitet, die für den Autor relevant erschienen. Folgende Fragen wurden zusätzlich erhoben:

- Wissen deine Eltern, dass du bei Facebook registriert bist?
- Wenn ja, wissen sie das seit dem ersten Tag deiner Registrierung?

Mit dieser Fragestellung sollte nachgegangen werden, ob die Heranwachsenden zum Zeitpunkt der Registrierung noch unter 13 Jahren waren und inwieweit den Eltern bekannt ist, dass sich ihr Kind auf der Facebook-Seite aufhält.

Es wurden unterschiedliche Antwortformate für den Fragebogen gewählt. Wie etwa gebundene Antwortarten. Diese bieten den Befragten eine Auswahl an Möglichkeiten an, die einen vorher festgelegten und dadurch eingeschränkten Bereich umfassen.

Ein anderes Format, welches verwendet wurde, stellt die befragte Person vor eine konkrete Entscheidung. Diese wird in gewisser Weise erzwungen, deshalb wird in diesem Zusammenhang auch von „*Forced-Choice*“<sup>76</sup> gesprochen. Der Vorteil dieser Befragungsart ist seine kurze Bearbeitungszeit und die Einfachheit der Auswertung. In der Regel werden hierbei die Antwortvorgaben ja und nein verwendet.

Die Fragen des Fragebogens der vorliegenden Arbeit gliederten sich wie folgt:

Die Fragen von 1.-3. befassten sich mit den personellen Fragen, wie dem Alter und dem Geschlecht und der Tätigkeit der die Befragten nach gehen.

---

<sup>76</sup> ebd. Raab-Steiner & Benesch, 2008, S. 53.

In den Fragen von 4.-16. sollten die Befragten unter anderem ihr Facebook Nutzungsverhalten erklären

In diesen Bereich wurden des Weiteren Selbstinszenierungsfragen eingebaut. Der Bereich von Frage 17.-20. widmet sich der realen Freundschaft. Im Schlussteil des Fragebogens wurden die Testpersonen danach befragt, ob es ihnen leichter fällt, Freundschaften über Facebook zu knüpfen und warum (im Anhang: Fragebogen und Fragebogen an Schüler).

### **5.2.2 Pretest**

Nach der Konstruktion des Fragebogens muss vor der Veröffentlichung an die Befragungsgruppe ein Vortest durchgeführt werden. Die Begrifflichkeit hierfür heißt Pretest. In diesem werden die Brauchbarkeit und die Qualität der Fragen überprüft. Anregungen aus diesem sollten unbedingt eingearbeitet werden<sup>77</sup>.

Der Pretest wurde mit einer zufällig aus dem Bekanntenkreis des Autors gewählten männlichen Person im Alter von 30 Jahren durchgeführt. Der Fragebogen erwies sich hierbei als stringent und verständlich.

### **5.3 Die Untersuchungsgruppe**

Im Allgemeinen wird aus einer Gesamtgruppe nur eine kleine Anzahl an Individuen untersucht. Die Grundgesamtheit ist meist zu groß, so dass es notwendig ist, eine Stichprobe zu wählen. Die Höhe der Stichprobe wird berechnet. Aus dieser werden Rückschlüsse auf die Totalität gezogen<sup>78</sup>. Da der Stichprobenumfang bei einer repräsentativen Befragung zu dieser Studie einen enormen Umfang hat, ist es dem Autor als Einzelforscher nicht möglich gewesen realistische Werte zu präsentieren.

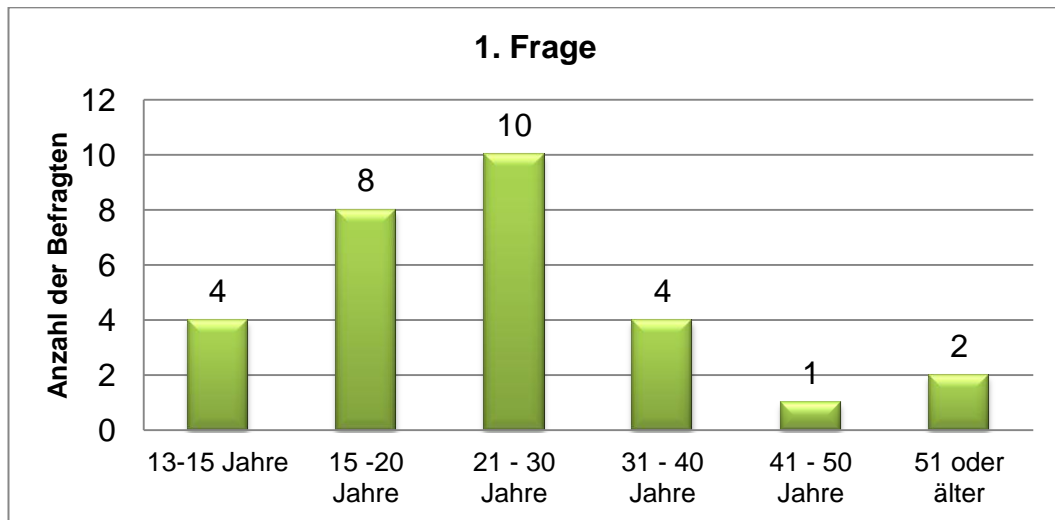
Es wurden 30 Fragebögen an Testpersonen verteilt. 29 Fragebögen wurden von den jeweiligen Probanden ausgefüllt. Wichtig für die Aussagekraft der Arbeit war es, Testpersonen unterschiedlichen Alters zu finden, die bereit waren, an der Forschung teilzunehmen. Es fanden sich Personen im Alter zwischen 12 und über 51 Jahren.

---

<sup>77</sup> vgl. Raab-Steiner & Benesch, 2008, S. 58 ff.

<sup>78</sup> vgl. Atteslander, 1993, S. 286.

Die Folgende Graphik schlüsselt dies auf:



(Abbildung 3: Wie alt sind sie?)

An der schriftlichen Befragung nahmen 17 (59%) männliche und 12 (41%) weibliche Testpersonen teil.

Die Befragten gehen unterschiedlichen Tätigkeiten nach. 12 Personen sind Schüler und Auszubildende, 2 von ihnen Studenten, 13 Arbeitnehmer und jeweils ein Arbeitgeber und ein Rentner.

#### 5.4 Die Statistik der Sozialforschung

Bei empirischen Studien werden, wie schon erwähnt, Daten der Testpersonen gesammelt, zusammengefasst, ausgewertet und interpretiert. Hierbei entsteht die Frage, wie die gesammelten Daten am besten beschrieben werden.

Zu diesem Zweck gibt die deskriptive Statistik verschiedene Möglichkeiten vor. Dies sind unter anderen die tabellarischen Auflistungen oder auch die graphischen Darstellungen<sup>79</sup>. Die Inferenz- bzw. Prüfstatistik beschäftigt sich mit dieser Thematik<sup>80</sup>. Die Schwierigkeit hierbei liegt darin, die richtigen Methoden zu verwenden und die Ergebnisse zu interpretieren<sup>81</sup>.

<sup>79</sup> vgl. Detten, Faude, & Meyer, 2008, S. 1.

<sup>80</sup> vgl. ebd.

<sup>81</sup> vgl. ebd., S. 39.

Hierfür gibt es unter anderem die beschreibende Statistik. Diese „liefert eine Zusammenfassung und Darstellung der Beobachtungsdaten mit Hilfe von beschreibenden Messzahlen und graphischen Darstellungen“<sup>82</sup>. Die entstandenen Werte und Graphiken beziehen sich nur auf die Untersuchungsmenge. Eine andere Möglichkeit der Interpretation entsteht durch die schließende Statistik. Diese, auch analytische Statistik genannt, ermöglicht dem Forscher eine objektive Überprüfung von Hypothesen. „Die beschreibenden Kennwerte und Charakteristika der Stichprobe sollen Aussagen über die entsprechenden Werte der Grundgesamtheit erlauben“<sup>83</sup>.

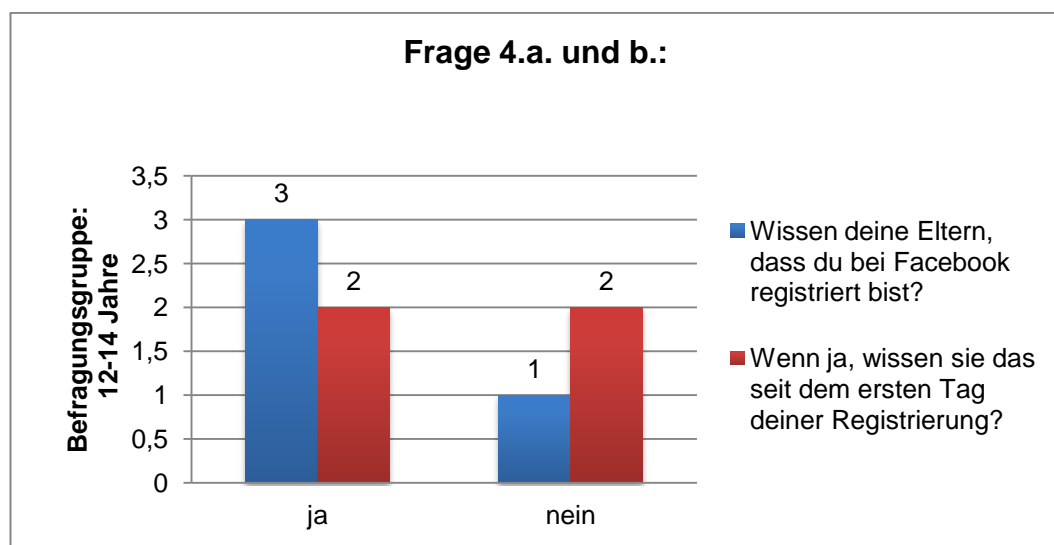
### 5.5 Die Statistik des Fragebogens

Die Ergebnisdarstellung der Erhebung wird teilweise graphisch sowie tabellarisch erfolgen.

Die soziodemographischen Angaben werden nicht mehr aufgegriffen, da sie schon unter dem Kapitel 4.3 erläutert wurden. Die Ergebnisse aller im Fragebogen gestellten Fragen werden erläutert.

Wie schon unter Kapitel 4.2.1 erwähnt wurde, enthielt der Fragebogen an die Befragungsgruppe 12-14 Jahre zwei zusätzliche Fragen.

In der nachfolgenden Abbildung werden diese aufgegriffen:



(Abbildung 4: Wissen deine Eltern, dass du bei Facebook registriert bist? Wenn ja, wissen sie das seit dem ersten Tag deiner Registrierung?)

<sup>82</sup> Atteslander, 1993, S. 287.

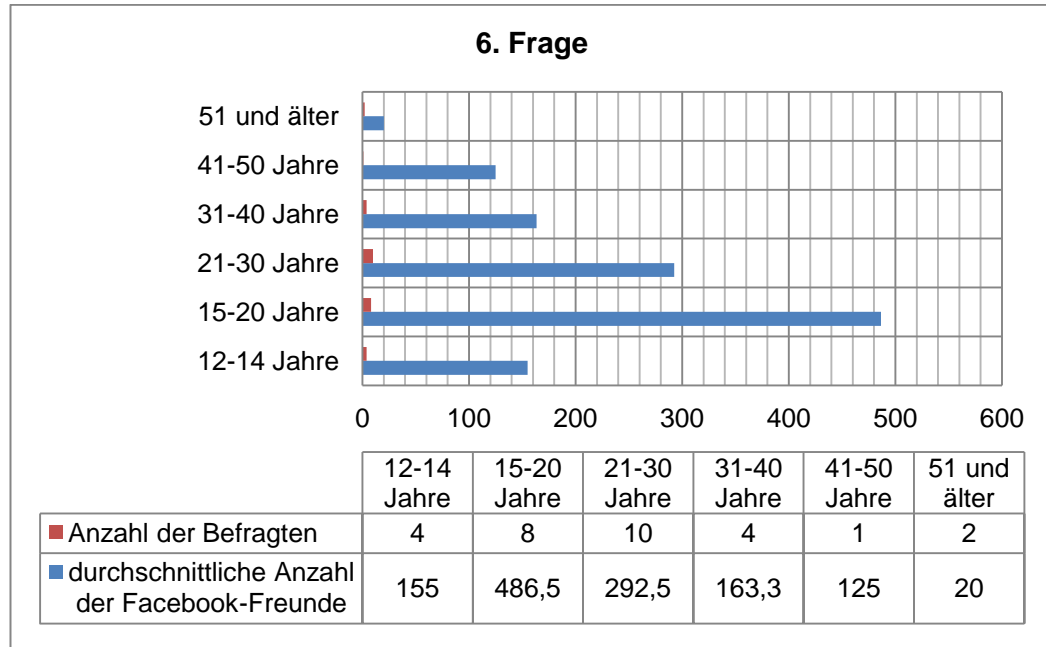
<sup>83</sup> ebd.

Drei der Befragten informierten ihre Eltern über die Registrierung bei Facebook. Zwei Testpersonen dieser Gruppe hielten sich zum Zeitpunkt der Registrierung unter falscher Altersangabe in dem sozialen Netzwerk auf. Ihre Eltern wussten dies zum Zeitpunkt der Registrierung nicht. Bei einem der zwei Personen ist dies zum jetzigen Zeitpunkt immer noch der Fall.

Die Frage 5 befasste sich mit der Art der Facebook-Nutzung durch die Mitglieder. Diese Frage wurde nicht gruppenspezifisch ausgewertet, weil dies für den Autor nicht bedeutend war. Eine Mehrfachantwort bei dieser Fragestellung war möglich.

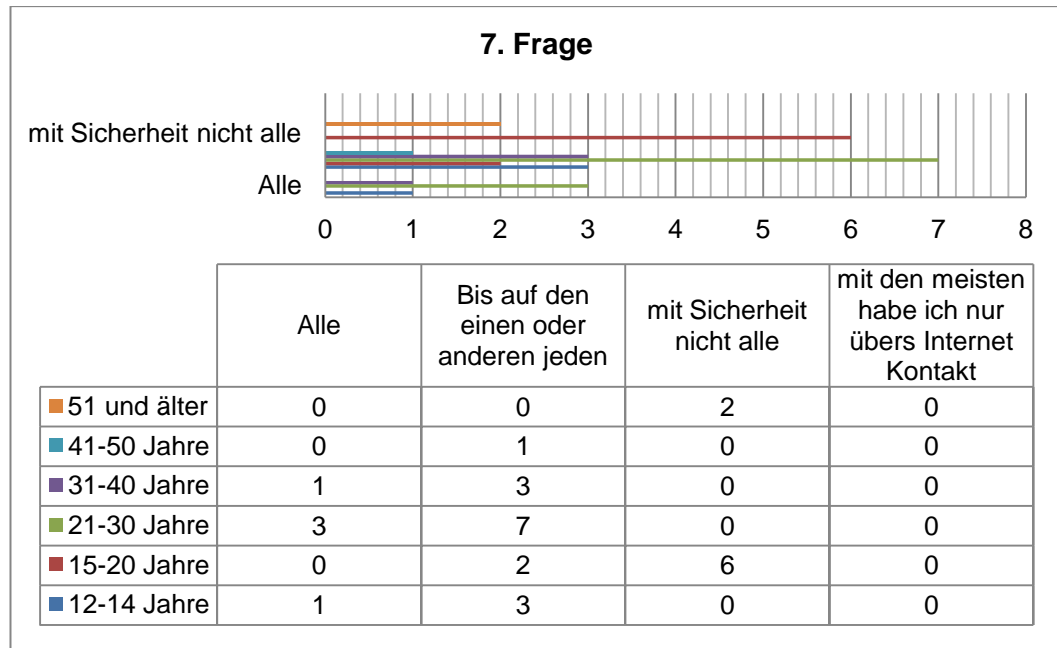
89,7% (26) der Befragten nutzen die Seite, um sich mit Freunden auszutauschen, 6,9% (2) für Schule oder Job, 62% (18), um sich über ihre Mitmenschen zu informieren und 37,9% (11), um mitreden zu können.

Die nächsten zwei Abbildungen (Graphik 6 und 7) zeigen die durchschnittliche Anzahl der Facebook-Freunde, die die jeweilige Befragungsgruppe hat und ob sie einen persönlichen Kontakt zu diesen Freunden pflegen.



(Abbildung 5: Wie viele Facebook-Freunde haben sie?)

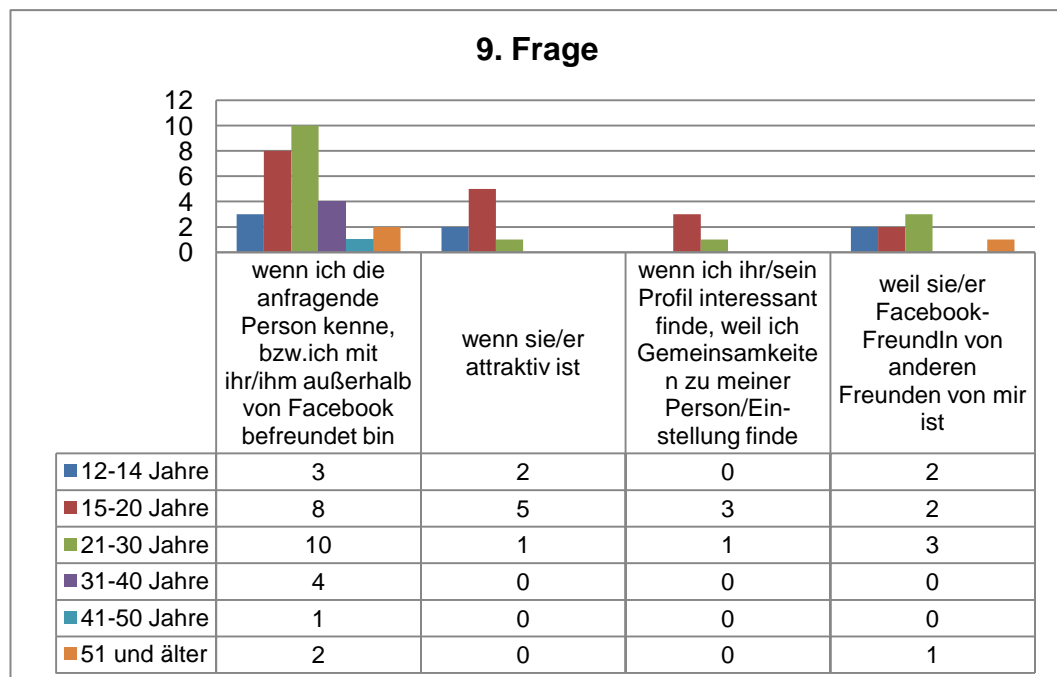




(Abbildung 6: Wie viele ihrer Freunde auf Facebook haben sie schon persönlich getroffen?)

Die Frage 8 beschäftigte sich mit dem Kriterium der Freundschaftsbestätigungen. 22 der Befragten prüfen und lehnen gegebenenfalls Freundschaftsanfragen ab. Freundschaftsanfragen werden von 6 Befragten meist bestätigt und von einem immer bestätigt.

Die nächste Frage bezieht sich auf die Kriterien der Zustimmung einer derartigen Anfrage. Eine Mehrfachantwort war bei dieser Frage möglich.



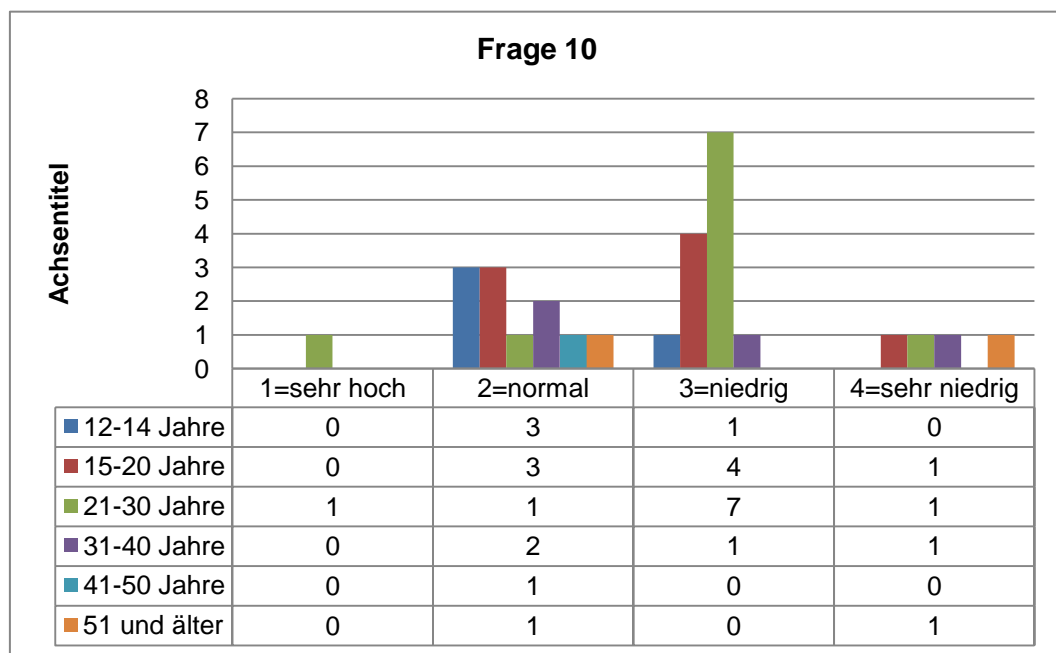
(Graphik 7: Welche Kriterien für Freundschaftszustimmungen haben sie?)

96,5% (28) wählten die Aussage ‚wenn ich die anfragende Person kenne, bzw. ich mit ihr/ihm auch außerhalb von Facebook befreundet bin`. 27,6% (8) stimmen einer Freundschaft zu, wenn sie/er attraktiv ist. Wenn der Befragte ihr/sein Profil interessant findet oder er Gemeinsamkeiten zu seiner Person/Einstellung findet, stimmten 13,8% (4) zu und 27,6% (8) wählten die Antwortmöglichkeit `weil sie/er Facebook-FreundIn von anderen Freunden von mir ist`.

Die Frage 10 des Fragebogens beschäftigt sich damit, welche Qualität die Facebook-Freundschaften für die Testpersonen haben. Sie konnten in einer Skala von 1-4 wählen. Die 1 stand dabei für sehr hoch und die 4 für sehr niedrig.

Für den größten Anteil, nämlich 44,8% (13), der Testpersonen ist eine Facebook-Freundschaft von niedriger Qualität.

Schlüssiger wird dies in der folgenden Graphik:



(Abbildung 8: Welche Qualität haben für sie Facebook-Freundschaften?)

In der nachfolgenden Fragestellung (11. Frage) sollten die Befragten eine Äußerung dazu treffen, was eine Facebook-Freundschaft für sie auszeichnet. Es war eine offene Fragestellung. Sie wurde lediglich so eingegrenzt, dass die Testpersonen zwei passende Adjektive finden sollten.

Diese Frage wurde nicht von allen bearbeitet.

In der Befragungsgruppe 12-14 Jahre beantworteten 25% (1 von 4) diese Frage, bei den 15-20jährigen 37,5% (3 von 8), bei den 21-30jährigen 70% (7 von 10), bei den 31-40jährigen und 41-50jährigen trafen alle eine Aussage zur Frage und bei der Gruppe 51 und älter nur 50% (1 von 2). Es wurden unterschiedliche Aussagen zur Fragestellung getroffen. Bei einer übereinstimmenden Aussage wurde die Häufigkeit dieser vor die Angabe gesetzt.

Positive Äußerungen der Testpersonen:

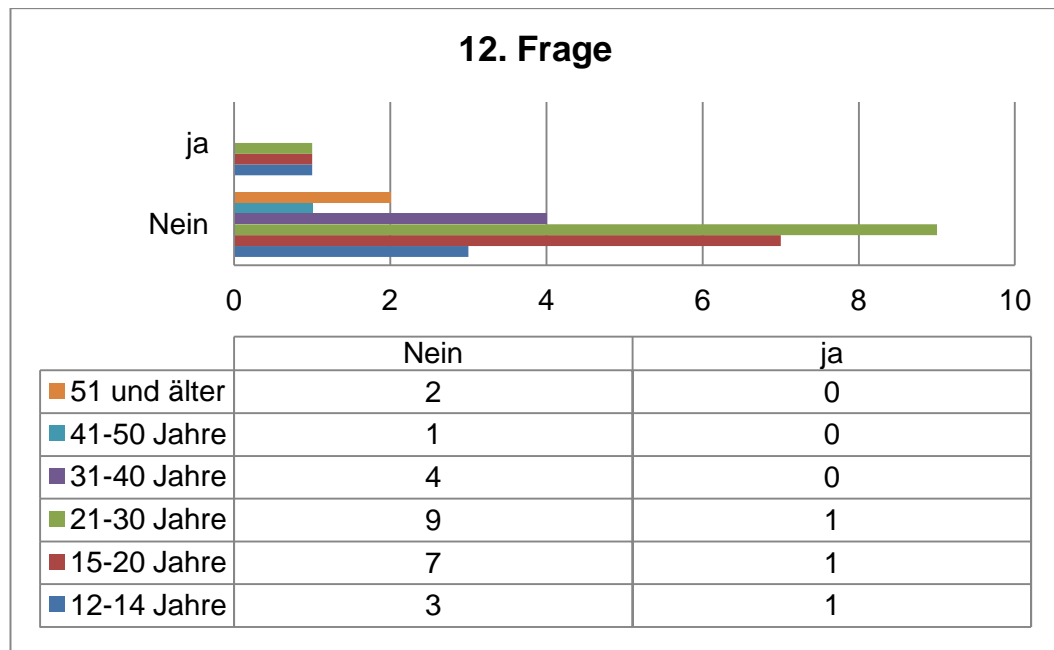
<b>vertrauensvoll</b>	<b>angenehm</b>	<b>kontaktfreudig</b>	<b>Informativ</b>
vertrauen	schön	freizügig	Interessant
eng	freundlich	kontaktfreudig	kompetent
	(2) spaßig	reden	komfortabel
		unkompliziert	Informativ
		unverbindlich	wahrheitsgemäß
		unbeschwert	(2) mobil
		individuell	real

Negative Äußerungen der Testpersonen:

<b>inhaltslos</b>	<b>anspruchslos</b>	<b>rational, emotionslos</b>
(3) oberflächlich	einfach	Unpersönlich

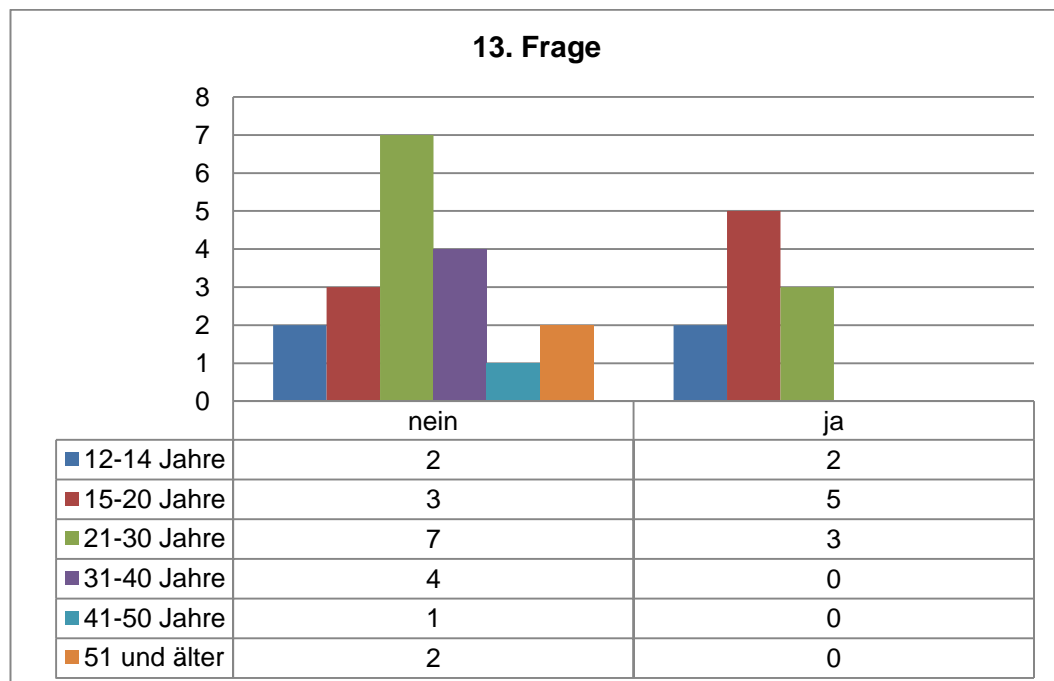
Die Zuordnung der getroffenen Aussagen der Befragten in die jeweilige Tabellenspalte (Kategorienbildung, ähnliche Bedeutung), ist eine Auslegungssache des Autors und trifft nicht allgemein zu.

Die folgenden Fragen 12. und 13. beziehen sich auf die Selbstinszenierung. Zum Einen wird der Frage nachgegangen, ob die Testpersonen sich im Internet anders darstellen als im realen Leben (12. Frage) und ob es ihnen wichtig sei, sich bestmöglich (für andere) darzustellen (13.Frage).



(Abbildung 9: Stellen Sie sich im Internet anders dar als im realen Leben?)

Drei der befragten Mitglieder, unterschiedlicher Befragungsgruppen (siehe Graphik 9), stellen sich in ihrem Profil anders dar. Zwei Personen davon repräsentieren sich interessanter und klüger. Aus der Befragungsgruppe 21-30 Jahre tritt einer der Testpersonen auf seiner Seite dümmer, niveauloser und primitiver auf als im realen Leben.



(Abbildung 10: Ist es Ihnen wichtig, sich (für andere) bestmöglich darzustellen?)

65,5% (19) der Befragten ist es nicht wichtig, sich (für andere) bestmöglich darzustellen. Sich bestmöglich zu präsentieren ist für 34,5% (10) der Testpersonen bedeutsam.

Den größten Anteil derjenigen, die dies mit nein beantworteten, trägt hierbei die Befragungsgruppe 21-30 Jahre. Hierbei gaben 70% (7 von 10) für diese Kategorie ihre Stimme ab. 62,5% (5 von 8), und somit den gewichtigsten Anteil an Befürwortern dieser Frage, gab die Befragungsgruppe 15-20 Jahre ab.

Die 14. Frage bezog sich darauf, ob die befragten Mitglieder Facebook und andere Community Seiten auch als Partnerbörse sehen. Es bestand die Möglichkeit einer Mehrfachantwort bei dieser Frage. 65,5% (19) der Befragungsgruppen suchen eventuelle Partner im realen Leben, 41,4% (12) gaben an, wenn sich etwas ergibt - wieso nicht, 6,9% (2) haben schon öfter auf derartigen Plattformen gezielt nach Singles gesucht und 24,1% (7) der Befragten haben einen Partner über derartige Seiten schon gefunden. Bei der Befragungsgruppe 21-30 Jahre wurde zweimal zu dieser Frage keine Antwort gegeben. Bei den 51 und älter Befragten wurde zu dieser Frage auch keine mögliche Antwort angestrichen.

Auf die Frage 15., ob Facebook das Leben der Testpersonen bereichert, antworteten 58,6% (17) mit *ja* und 41,4% (12) mit *nein*.

Bei der darauffolgenden Fragestellung sollten die Befragten, die die vorangegangene Frage mit *ja* beantwortet haben, den Grund dafür nennen.

Der Autor bildete hierfür ähnlich Kategorien wie unter der Frage 11.

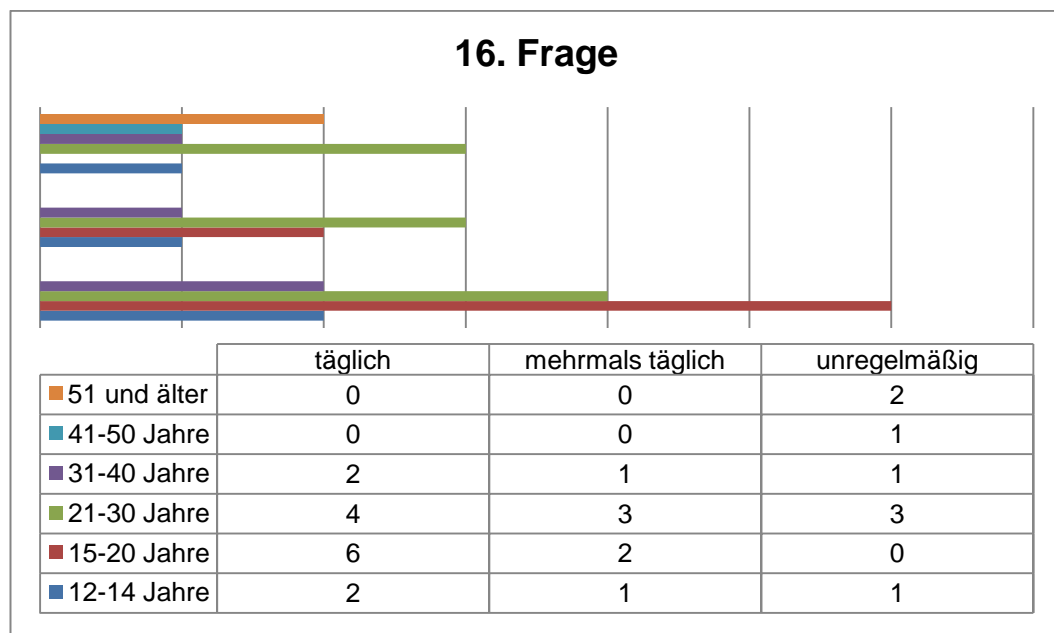
Auch hier ist die Zuordnung der getroffenen Aussagen in die jeweilige Tabellenspalte eine Auslegungssache des Autors und trifft nicht allgemein zu.

Bei übereinstimmenden Aussagen wurde ebenfalls auch hier die Häufigkeit dieser vor die Angabe gesetzt.

Freizeit	Information	Kontakt	Kommunikation	für den Job
(2) gegen lange Weile	man erfährt al- les	einfaches kennen lernen	zum Austausch	es ist leichter Kun- den erreichen und gewinnen
	immer <i>up to date</i> sein	man trifft alte Bekannte	über Proble- me reden	
		zum Treffen ausmachen	einfache Mei- nungs- wiedergabe	
		(2) einfacher Kontakt		

In der 16. Frage sollte angegeben werden, wie oft sich die untersuchten Personen bei Facebook einloggen. Der größte Anteil (14 Personen) loggt sich mindestens einmal täglich bei der Community Site ein (siehe Graphik 12). Den höchsten Anteil hierbei trägt die Gruppe 15-20 Jahre.

Im Einzelnen wird dies in der folgenden Graphik deutlich.



(Abbildung 11: Wie oft loggen sie sich bei Facebook ein?)

In der folgenden Frage sollte angegeben werden, wie viele reale Freunde die Befragten haben. Nicht alle Personen trafen hierzu eine Aussage. Wie viele Angaben gegeben wurden, gibt der Autor hinter jeder Gruppe an.

In der Gruppe 12-14 Jahre (4 von 4) haben die Testpersonen im Durchschnitt 75,5 reale Freunde, bei der Gruppe 15-20 Jahre ( 6 von 8) haben sie 56,6, bei den Probanden 21-30 Jahre (6 von 10) 72,2, bei den 31-40jährigen (3 von 4) 8 Freunde, bei der Gruppe 41-50 Jahre (1 von 1) im Durchschnitt 20 und bei den Befragten 51 und älter (1 von 2) wurden 60 reale Freunde angegeben.

Diejenigen, die in der Frage 17 keine Angabe zur Anzahl der Realen

Freunde vermerkten, gaben unter anderem an:

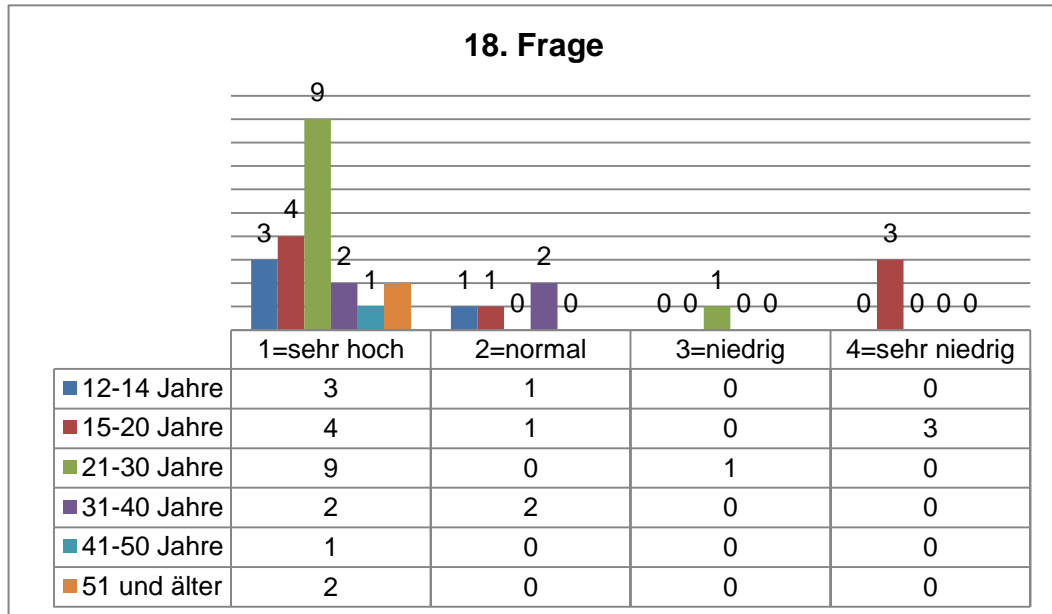
- ähnlich viele Bekanntschaften wie bei Facebook-Freunde, aber weniger echte Freunde
- schwer zu beantworten, was zählt hier
- im realen Leben wenig, aber dafür echte Freunde

Drei der befragten Mitglieder gaben keinerlei Angaben hierzu.

Die Frage 18 des Fragebogens setzt sich damit auseinander, welche Qualität reale Freundschaften für die Testpersonen haben.

Sie konnten in einer Skala von 1-4 wählen. Die 1 stand dabei für sehr hoch, die 2 für normal, die 3 für niedrig und die 4 für sehr niedrig. Der Großteil der Befragten (21 Personen) teilte mit, dass die Qualität von realen Freundschaften sehr hoch für sie sei.

In der folgenden Abbildung wird dies deutlich.



(Abbildung 12: Welche Qualität haben für Sie reale Freundschaften?)

Die darauffolgende Frage (19. Frage) bezog sich auf reale Freundschaft und was diese für die Befragten auszeichnet. Hierbei trafen wiederum nicht alle Testpersonen eine Aussage. In der Befragungsgruppe 12-14 Jahre beantworteten 50% (2 von 4) diese Frage, bei den 15-20jährigen 75% (6 von 8), bei den 21-30jährigen 90% (9 von 10), bei den 31-40jährigen 75% (3 von 4), bei der Testpersonengruppe 41-50 Jahre und 51 und älter trafen alle eine Aussage zur Frage. Es wurden unterschiedliche Aussagen zur Fragestellung getroffen.

Hier wurde ebenfalls eine Zuordnung der Aussagen in die jeweilige Tabellenspalte getroffen. Bei einer übereinstimmenden Aussage wurde ebenfalls die Häufigkeit dieser vor die Angabe gesetzt. Dies ist, wie bei den vorangegangenen Zuschreibungen, eine Auslegungssache des Autors und trifft nicht allgemein zu.

vertrauen	ehrlich	verlässlich	wohlgesonnen	Respektvoll
(12) vertrauensvoll	(7) ehrlich	(5) zuverlässig	freundlich	Stolz
innig	(2) loyal	da sein	angenehm	Ehre
echt	respektvoll	jemand zum reden	liebenswert	
		selbstlos	herzlich	



Die 20. Frage beinhaltete, ob die Mehrzahl der Freunde der Testpersonen, bei Facebook registriert sind. 34,5% (10) antworteten mit *nein* und 65,5% (19) antworteten mit *ja* auf diese Frage.

In der Befragungsgruppe 15-20 Jahre und 21-30 Jahre beantworteten alle Probanden diese Fragestellung mit *ja*.

„Haben sich ihre Freundschaften durch das Internet verändert?“, lautete die Frage 20.a. Der größte Anteil der Testpersonen, nämlich 86,2% (25), beantwortete diese Frage mit *nein*. 13,8% (4) gaben an, dass sich ihre Freundschaften durch das Internet verändert haben.

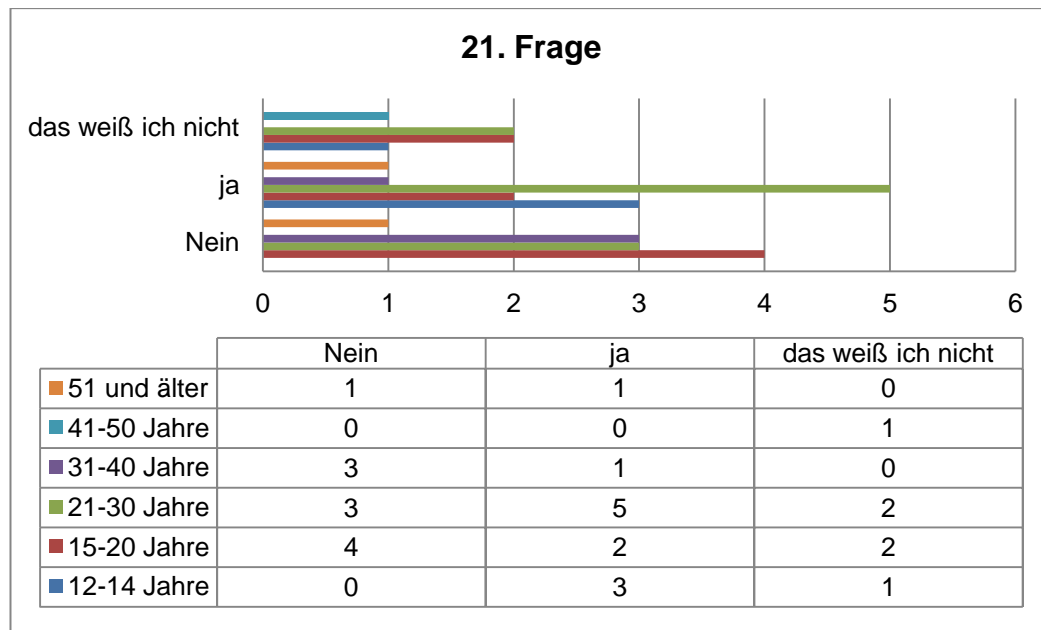
Die anschließenden Fragen (Frage 20.b. und c.) waren an die Personen gerichtet, die die vorgegangene Frage mit *ja* beantwortet hatten. Es wurde danach gefragt, ob sich die Freundschaften positiv oder negativ verändert haben und in der Frage 20.c. wurde gefragt, wodurch.

In der Gruppe 12-14 Jahre gab der Befragte an, seine Freundschaften haben sich positiv durch das Internet verändert. In der anschließenden Frage traf er keine Aussage.

In der Befragungsgruppe 15-20 Jahre gab eine Person eine negative Veränderung an. Es komme zu mehr Streit und Lästereien durch das Medium. Bei zweien diese Gruppe fand eine positive Veränderung statt. Es wäre ein mehr und breitflächigerer Kontakt durch das Internet möglich.

Die letzten beiden Fragen (21. Frage und 21.a.), die an die Testpersonen gestellt wurden, befragten einerseits, ob es leichter wäre, durch Facebook Freundschaften zu knüpfen (20. Frage) und zum anderen, wenn dieses mit *ja* beantwortet wurde, wodurch es leichter fallen würde (20.a. Frage). Hier gab es fünf verschiedene Antwortmöglichkeiten.

Die Probanden konnten mehrere passende Antworten wählen. Die folgende Graphik schlüsselt die getroffenen Angaben auf:



(Abbildung 13: Empfinden Sie es leichter, über Facebook Freundschaften zu knüpfen als im realen Leben?)

Von den Befragten fällt es 41,4% (12) leichter, durch die Community Site Freundschaften zu knüpfen. Den größten Anteil hierbei trägt mit 41,7% (5) die Gruppe 21-30 Jahre.

Die nachfolgende Auswertung beinhaltet alle Befragungsgruppen, die diese Frage mit *ja* beantworteten. Drei gaben an, sie können gezielt Freunde nach gemeinsamen Ähnlichkeiten suchen und haben so gleich ein Gesprächsthema. `Mir fällt das Anschreiben` eines zukünftigen Freundes leichter als ein Ansprechen`, gaben acht Personen an. Zehn gaben an, sie können ihre Worte genau überlegen, bevor sie diese senden, ohne wie eventuell im realen Leben eine ,peinliche Stille` zwischen den Gesprächspartnern (Freunden) entstehen zu lassen. Äußerlichkeiten (Style, Gestik, Mimik, Größe...) sind bei der Suche nach Freunden bei Facebook eher zweitrangig, deswegen ist die Kontaktaufnahme zu neuen Freunden leichter, gaben fünf Befragte an. Und vier Testpersonen wählten die Aussage, dass sie nicht gezwungen sind, wie eventuell bei einem face-to-face Gespräch, auf Kommentare zu antworten; sie können dies nach Belieben auf später verschieben oder ignorieren und gar nicht kommentieren.

## 5.6 Die Inhaltsanalyse der Forschungsergebnisse

Die Inhaltsanalyse von empirischen Forschungsergebnissen „ist eine Forschungstechnik zur objektiven, systematischen und quantitativen Beschreibung des manifesten Inhaltes von Kommunikation“<sup>84</sup>.

Sie ist eine Methode zur Aufklärung eines sozialen Sachverhaltes, „bei der durch die Analyse eines vorgegebenen Inhalts Aussagen über den Zusammenhang seiner Entstehung, über die Absicht seines Senders, über die Wirkung auf den Empfänger und auf die soziale Situation gemacht werden“<sup>85</sup>.

Die Begrifflichkeit Freundschaft und was diese ausmacht, wird von einigen Testpersonen ähnlich gedeutet wie bei den vorangegangenen Definitionsversuchen von Reisman, Hays und Auhagen. Diese gaben unter anderem an, dass zentrale Merkmale des Freundschaftsbegriffes positive Gefühle, Zuneigung und Beistand seien. Die Befragten sahen dies ähnlich und äußerten dies beispielsweise in Wörtern wie vertrauensvoll, ehrlich, zuverlässig, angenehm, liebenswert und respektvoll.

Sechs befragte Facebook-Mitglieder trafen hierbei keine Aussage. Dies lässt auch Rückschlüsse auf ein fehlendes Begriffsverständnis zu. Dieses ist nicht altersspezifisch festzustellen, da sich in den Befragungsgruppen 14-40 Jahre jeweilige Lücken feststellen ließen. Dieser Mangel an Begriffsfindungen für die Thematik Freundschaft kann in der Regel nicht auf einem Mangel an Kontakten begründet werden. Sondern vielmehr auf ein *Zuviel* an Kontakten und der damit verbundenen Überforderung, damit adäquat umzugehen. Die Vorstellung von Freundschaft ist für einige Betrachter im Wandel. Sie entfernt sich von einem überhöhten Freundschaftsideal und wandelt sich zu alltagstauglichen, *lebbaeren* Freundschaften<sup>86</sup>. Diese können auch aus Interessensgemeinschaften entstehen und zwar dort, wo sich die Menschen im Alltag begegnen, wie beispielsweise auf Community Seiten.

Dass reale Freundschaften sich durch eine hohe Qualität auszeichnen, sehen 72,4% (21) der Testpersonen.

---

<sup>84</sup> Atteslander, 1993, S. 231.

<sup>85</sup> ebd., S. 232.

<sup>86</sup> vgl. Hardung, 2012, o. S.

Sechs Personen konnten allerdings keine Äußerung dazu abgeben, wie viele reale Freundschaften sie pflegen. Dies könnte auf den erwähnten Wandel im Freundschaftsideal zurückgeführt werden.

Diese *lebberen*, alltagstauglichen Freundschaften lassen sich mitunter schlecht in Zahlen fassen. So kann es nachvollziehbar sein, dass ein Pro-Befragter in der Frage nach der Anzahl seiner Freunde äußerte, er habe 300 reale Freunde. Dies ist kein Phänomen der Heranwachsenden, sondern diese Angabe fand sich in der Gruppe der 21-30jährigen. Die Testperson schrieb in einem anschließenden Satz, dass die hohe Aussage damit zusammenhänge, da er einen Sportverein besucht. Andere Angaben wie 100, 60 oder 150 Freunde reihen sich ebenfalls hier deutlich ein.

Die Eingrenzung der realen Freunde und was Freundschaft in ihnen auszeichnet, scheint eine alte Anschauungsform zu sein. Hier kommt eher die Betrachtung Hays zum Tragen. Er sieht Freundschaft als einen flexiblen, dynamischen und multidimensionalen Prozess, in dem die Struktur und die Funktionen je nach beteiligten Individuen, dem Umfeld und dem Entwicklungsstand der Freundschaft variieren<sup>87</sup>.

Die befragten Facebook-Mitglieder, die vergleichsweise eine geringere Angabe zur Freundschaftszahl trafen (4,3 Freunde), teilen eher die Auffassung von der Autorin Renate Valtin und Reinhard Fatke, dem Professor für Pädagogik und Sozialpädagogik an der Universität Zürich. Deren Auslegung nach sind *gute* und *beste* Freunde diejenigen, mit denen unabhängig von der Regelmäßigkeit oder Häufigkeit des Zusammentreffens intime Gedanken und Gefühle ausgetauscht werden. Sie sind durch eine ganz besondere emotionale Qualität verbunden<sup>88</sup>.

Und diese Besonderheit lässt sich augenmerklich nicht in 300, 100 oder 60 Freundschaften finden. Dieses Merkmal findet der Mensch nur *in einer Hand voll* Freunde wieder. Die Frage nach realen Freunden ließ bei dem größten Anteil der Befragten diese Deutungsart nicht zu. Diese Absicht verfolgte der Autor auch nicht. Vielmehr sollte der Unterschied zwischen realen und virtuellen Freunden aufgezeigt werden.

---

<sup>87</sup> vgl. Schima, 2001, S.62.

<sup>88</sup> vgl.Kanevski & Salisch, 2011, S. 46 ff.

Insbesondere, inwiefern sich durch die Nutzung von Facebook die Qualität von realen Freundschaftsbeziehungen verändert und welchen Einfluss und welche Auswirkung das soziale Netzwerk Facebook auf die sozialen Beziehungen von Nutzern hat.

Die empirische Sozialforschung dieser Arbeit ergab, dass das Social Network Facebook, in Bezug auf Einfluss und Auswirkung auf soziale Beziehungen, neue soziale Handlungsspielräume eröffnet und innerhalb weniger Jahre einen wichtigen Stellenwert in sozialen Beziehungen erhalten hat. Der größte Anteil der Testpersonen (79%-23) ist seit mehr als 24 Monaten als Mitglied bei Facebook angemeldet. Die hohe Mitgliedschaftsdauer impliziert eine hohe Vertrautheit mit dem Angebot. 48,3% (14) nutzen das Angebot ihrer Profilseite täglich. Diese hohe Nutzungsfrequenz birgt bereits einen bedeutsamen Stellenwert des Angebots im Leben der Probanden, da der Besuch der Plattform als alltägliche Handlung bezeichnet werden kann. Fälschlicherweise angenommen hat Facebook aber keinen größeren Anteil an Veränderungen von realen Freundschaftsbeziehungen. Eine negative Veränderung durch das Internet gab ein Befragter der Gruppe 15-20 Jahre an. Es komme zu mehr Streit und Lästereien durch das Medium.

*Cyber Mobbing* ist ein viel diskutiertes Phänomen. Schneller als bisher lässt sich durch eine *Online-Hetzkampagne* ein Leben zerstören. Die Anonymität des Internets hat dieser Art des antisozialen Kontakts längst eine neue Dimension verliehen. Da dies aber bei den Testpersonen nur einmal angegeben wurde, geht der Autor nicht näher auf diese Problematik ein.

Die geringe soziale Hemmschwelle ermöglicht die Kontaktaufnahme mit Personen, mit denen mitunter bisher nur visueller Kontakt stattfand. Somit kann Facebook den Ausbau des persönlichen Netzwerks, was sich insbesondere bei der Suche nach möglichen Partnern als durchaus erfolgreich erweist, bieten. Somit haben sieben Testpersonen schon Partner über derartige Seiten gefunden und 14 Personen suchen gezielt über Community Seiten Partner und sind deswegen auch nicht abgeneigt, diese Art als Partnerbörse zu nutzen. Einen Partner über Community Seiten zu finden, bedarf einer gelungenen Selbstinszenierung.

Die Möglichkeit der Selbstdarstellung ist aber für den größten Anteil (65,5%-19 Probanden) der Befragten kein Beweggrund für die Nutzung der Plattform Facebook. Diese Angabe ist für den Autor eher fragwürdig, wenn die vorangegangene Aussage berücksichtigt wird und da die Seite genutzt wird, um Fotos, Gedanken oder Ähnliches zu posten. Dies ist eindeutig eine Form der Selbstinszenierung. Eine vorangehende offene Fragestellung, wie die Testpersonen ihr Profil gestaltet haben, hätte dies durchaus aufgezeigt. Das ist allerdings nur eine Vermutung des Schreibers.

Der Personenkreis in Facebook kann durchaus als soziales Kapital (vgl. Kapitel 2.2) gesehen werden, da auch hier eine umfangreiche emotionale funktionale Wertschöpfung stattfindet. Die Probanden äußerten dies unter der Fragestellung, was für sie eine Facebook-Freundschaft auszeichnet. So sahen einige Testpersonen derartige Freundschaften als eng, freundlich, kontaktfreudig, unkompliziert, informativ, vertrauensvoll und interessant an. Dieses Muster ließ sich auch erkennen an den Äußerungen von 26 Probanden, die als typisches Motiv für die Benutzung der Facebook-Seite, sich mit Freunden auszutauschen, angaben.

Facebook bedient sich aber keinesfalls allein dem Kommunikationsinteresse seiner Nutzer, sondern auch der Schaulust derer. Somit gaben 18 Befragte an, die Seite dafür zu nutzen, um sich über ihre Mitmenschen zu informieren.

Zwölf Befragte konnten keine Merkmale oder Adjektive zur Begrifflichkeit Facebook-Freundschaft finden.

Dies könnte vielleicht damit zusammen hängen, dass 58,6% (17) der Testpersonen nicht finden, dass Facebook ihr Leben bereichert und sich auf Grund dessen nicht mit der Begrifflichkeit der Facebook-Freundschaft auseinandersetzen.

Die Annahme von Freundschaftsanfragen allerdings passiert nicht willkürlich. Die Nutzer treffen eine bewusste Auswahl ihrer Facebook-Freunde. So sehen sich 42,2% (12) das Profil des Absenders zunächst an und müssen dort etwas Interessantes, Gehaltvolles entdecken, um die Anfrage zu akzeptieren. Wichtige Faktoren sind in dieser Hinsicht die Attraktivität der Person auf dem Profilfoto.

Bezüglich der Alters- und Geschlechtsstruktur der Befragten lässt sich kein divergierendes Nutzungsverhalten feststellen, wobei die gewählte Methode für einen derartigen Vergleich ohnehin nur sehr begrenzt geeignet ist.

Bei dem gewichtigsten Anteil der Testpersonen hat sich durch die Nutzung von Facebook die Qualität zu ihren realen Freundschaftsbeziehungen nicht verändert. Geschuldet ist dies sicherlich auch der Tatsache, dass 70,4% (19) der Befragten angaben, dass eine Mehrzahl ihrer realen Freunde bei Facebook registriert ist. Es kann also durchaus angenommen werden, wenn auf die Nutzungshäufigkeit der befragten Mitglieder geschaut wird, dass ein Mehrkontakt zu den realen Freunden stattfindet. Daraus ergibt sich, dass diese Community Seite auch förderlich sein kann für reale Freundschaften.

Eine erschreckende Tatsache ist, wie sich aus der Befragung der Gruppe 12-14 Jahre ergab, dass sich Kinder unter 13 Jahren unbeobachtet auf der Facebook-Seite aufhalten. Das Einrichten der Facebook-Konten für die Heranwachsenden zeigt sich recht einfach. Die Angabe eines falschen Alters ermöglicht den grenzenlosen Zutritt.

Der Facebook Betreiber Mark Zuckerberg ist schon lang daran interessiert das Portal für die unter 13jährigen zu öffnen. Das Problem ist dabei aber, dass diese Schwachstelle schon Millionen von ihnen Nutzen. Laut des amerikanischen Verbraucherschutzmagazins *Consumer Reports* waren im vergangenen Jahr rund 7,5 Millionen Kinder im Alter unter 13 Jahren bei Facebook registriert. Fünf Millionen dieser Nutzer waren jünger als zehn Jahre. Eine Idee Zuckerbergs war es, dass die Facebook-Konten der Kinder mit denen ihrer Eltern verknüpft werden. Die Erwachsenen könnten dann entscheiden, mit wem sich ihre Kinder dort *anfreunden* und welche *Apps* sie nutzen dürfen<sup>89</sup>.

Bis dahin sind die illegalen Nutzer dieser Plattform Opfer von Mechanismen der Werbung, von Spams und Viren. Des Weiteren fällt es den Kleinen insbesondere schwer, zwischen harmlosen und gefährlichen Links oder Bannern im Internet zu differenzieren.

---

<sup>89</sup> vgl. Steil D. (2012), o. S.

Ein unbedachter Klick kann so schnell Schaden anrichten. Viele Kinder können zudem bedenkenlos sensible Daten oder private Informationen heraus geben.

Diese Schwachstelle eröffnet durchaus auch einen neuen Einstieg der Pädophilen im *Online Dschungel*. Die Gefahren sind zum heutigen Zeitpunkt nur zu erahnen.

## 6 Schlussbetrachtung

Methodisch gesehen brachte der gewählte quantitative Forschungsansatz aufschlussreiche und für den Autor überraschende Ergebnisse. Die vorliegende Untersuchung ergibt interessante Erkenntnisse über soziale Veränderung und die Repräsentativität von Community Seiten im Leben der User.

Für die weitere Forschung müsste in absehbarer Zeit nochmalig der Fragestellung über den Einfluss und die Auswirkung von Facebook auf die sozialen Beziehungen von Nutzern nachgegangen werden.

Wird davon ausgegangen, dass Nutzer dieser Seite immer jünger werden (siehe Befragungsgruppe 12-14Jahre) und sie nach den ersten sozialen Beziehungen, den typischen Kindergartenfreundschaften, *erste richtige* Freundschaften im virtuellen Netz knüpfen, kann dies eine Veränderung von der Art und Weise und der Bedeutung von sozialen Beziehungen und Freundschaft bewirken. So könnte sich auch die Auslegung der Eigenschaft derartiger Kontakte und Freundschaften der Nutzer ändern.

Die Theorie der Stärke der schwachen Bindungen (vgl. Kapitel 3.1.2) wird sich hier bestätigen. Diese funktionale und emotionale Ressource wird sich durch die Erschließung mittels der Nutzung der Social Network Site erheblich vereinfachen und erweitern. Schwache Bindungen werden demnach einen gewichtigeren Stellenwert im Leben der Heranwachsenden haben.



Die Bezeichnung bester Freund mit der Eigenschaft, intime Gedanken und Gefühle auszutauschen, wird sich verwaschen mit der Gegebenheit, (Kapitel 1.2) dass sich längst per Mail oder im Chat sehr viel mehr und eher persönliches erzählt wurde, als es je bei einem Kennenlernen im realen Offline-Dasein geschehen wäre. Die Begrifflichkeit Freundschaft bekommt somit einen größeren Rahmen und gewährt Einlass für Online-Bekanntschaften.

Die Frage nach der Qualität von Facebook-Freundschaften ergab durch den Fragebogen, dass die meisten Testpersonen (44,8%-13) angaben, diese hätte für sie eine niedrige Qualität. Dies könnte sich demnach ändern, wenn derartige Plattformen die Ausgangsposition von Freundschaften werden.

Viel versprechend scheint außerdem eine explizite Untersuchung des Einflusses der Selbstdarstellung auf die Veränderung von Freundschaftsbeziehungen zu sein. Denn diese kann anschaulich, für den ersten entscheidenden Eindruck (Siehe Kapitel 1.1), mehr ausgelebt werden durch die vielen Funktionen der Selbstinszenierung in dem Nutzerprofil. Zukünftige Freunde sehen diese Inszenierung und entscheiden danach ob eine Aufnahme in die Freundesliste gewährt wird.

Abschließend ist zu sagen, dass die gewonnenen Ergebnisse der Befragung durch den Fragebogen nicht aussagekräftig genug sind, um Verallgemeinerungen oder Gesetzmäßigkeiten für die Problematik zu liefern. Geschuldet ist dies dem Faktum, dass eine relativ kleine Benutzergruppe der *Facebook-Seite* befragt wurde. Eine Möglichkeit wäre eine Befragung über die Community Site zu schalten, um so eine größere Befragungsgruppe zu erreichen. Die Erkenntnisse daraus wären mitunter aufschlussreicher.

## Anhang

### Anschreiben an die Probanden

Sehr geehrte Damen und Herrn,

ich bin Studentin an der Fachhochschule Mittweida, Fakultät für Soziale Arbeit. Im Rahmen meiner Bachelorarbeit führe ich eine Studie zum Thema:

#### **"Freundschaftsmarkt Facebook - Einfluss und Auswirkung des sozialen Netzwerkes Facebook auf die sozialen Beziehungen von Nutzern"**

durch.

Ich bitte Sie an meiner Studie teilzunehmen und den folgenden Fragebogen zu beantworten.

Die Ergebnisse werden selbstverständlich vertraulich behandelt. Es gibt keine richtigen und falschen Antworten. Antworten Sie bitte spontan!

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit

Studentin Katrin Pänzer

---

Email: kpaenzer@hs-mittweida.de  
Studentin: Katrin Pänzer

## **Einwilligungserklärung**

Forschungsprojekt:

**"Freundschaftsmarkt Facebook - Einfluss und Auswirkung des sozialen Netzwerkes Facebook auf die sozialen Beziehungen von Nutzern"**

-Einwilligungserklärung-

Ich bin damit einverstanden, dass einzelne Sätze, die aus dem Zusammenhang genommen werden und damit nicht mit meiner Person in Verbindung gebracht werden können, als Material für wissenschaftliche Zwecke und die Weiterentwicklung der Forschung genutzt werden können.

Unter diesen Bedingungen erkläre ich mich bereit, den Fragebogen auszufüllen und bin damit einverstanden, dass Teile daraus abgetippt, anonymisiert und ausgewertet werden.

Unterschrift

(Ort), den

## Fragebogen an die Befragungsgruppe 12-14 Jahre

**1. Wie alt bist du? ...**

**2. Geschlecht**

- ☐ Männlich
- ☐ Weiblich

**3. Welcher Tätigkeit gehst du nach?**

- ☐ SchülerIn

**4. Wie lange bist du schon bei Facebook registriert?**

- ☐ erst seit ein paar Wochen/Monaten
- ☐ seit einem Jahr
- ☐ 2 Jahre oder länger

**4. a. Wissen deine Eltern, dass du bei Facebook registriert bist?**

- ☐ ja
- ☐ nein

**4. b. Wenn ja, wissen sie das seit dem ersten Tag deiner Registrierung? ...**

**5. Wofür nutzt du Facebook? (Mehrere Antworten sind möglich!)**

- ☐ um mich mit Freunden auszutauschen
- ☐ für die Schule
- ☐ um mich über meine Mitmenschen zu informieren
- ☐ um mitreden zu können

**6. Wie viele Freunde hast du bei Facebook? ....**

**7. Wie viele deiner Freunde auf Facebook hast du schon persönlich getroffen?**

- ☐ Alle
- ☐ Bis auf den einen oder anderen jeden

- ☐ Mit Sicherheit nicht alle
- ☐ Mit den meisten habe ich nur über das Internet Kontakt!

**8. Freundschaftsanfragen werden von dir:**

- ☐ immer bestätigt
- ☐ meist bestätigt
- ☐ genau geprüft und gegebenenfalls auch abgelehnt

**9. Nach welchen Kriterien stimmst du Freundschaftsanfragen bei Facebook zu? (Mehrere Antworten sind möglich!)**

- ☐ wenn ich die anfragende Person kenne, bzw. ich mit ihr/ihm auch außerhalb von Facebook befreundet bin
- ☐ wenn sie/er attraktiv ist
- ☐ wenn ich ihr/sein Profil interessant finde, weil ich Gemeinsamkeiten zu meiner Person/Einstellung finde
- ☐ weil sie/er Facebook-FreundIn von anderen Freunden von mir ist

**10. Welche Qualität haben diese Freundschaften für dich? (Wählen Sie bitte in der Skala von 1-4, die 1 steht für „sehr hoch“, die 4 für „sehr niedrig“!)**

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4

**11. Was zeichnet für dich eine Facebook Freundschaft aus? Finden Sie dazu bitte ein bis zwei passende Adjektive (Eigenschaftswort).....**

**12. Stellst du dich im Internet anders dar, als im realen Leben?**

- ☐ Nein
- ☐ Ja

**12.a.) Wenn ja, wie stellst du dich dar?**

**(Bsp. interessanter, klüger, anderes Aussehen)....**

**13. Ist es dir wichtig, sich (für andere) bestmöglich darzustellen?**

- ☐ Ja
- ☐ Nein

**14. Siehst du Facebook und andere Community Seiten auch als Partnerbörse? (Mehrere Antworten sind möglich!)**

- ☐ Eventuelle Partner suche ich im realen Leben
- ☐ Sollte sich etwas ergeben - wieso nicht?
- ☐ Schon öfters habe ich gezielt nach Singles gesucht.
- ☐ ich habe schon einen Partner über derartige Seiten gefunden

**15. Findest du, dass Facebook dein Leben bereichert?**

- ☐ Ja
- ☐ Nein

**15.a.) Wenn ja, warum?.....**

**16. Wie oft loggst du dich auf Facebook ein?**

- ☐ täglich
- ☐ mehrmals täglich
- ☐ unregelmäßig

**17. Wie viele Freunde hast du im realen Leben?.....**

**18. Welche Qualität haben für dich reale Freundschaften? (Wähle bitte Sie in der Skala von 1-4, die 1 steht für „sehr hoch“, die 4 für „sehr niedrig“!)**

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4

**19. Was zeichnet für dich Freundschaft aus? Finde dazu bitte ein bis zwei passende Adjektive (Eigenschaftswort) .....**

**20. Die Mehrzahl meiner Freunde sind bei Facebook registriert**

- ☐ Ja
- ☐ Nein

**20.a) Haben sich deine Freundschaften durch das Internet verändert?**

- ☐ Nein
- ☐ Ja

**20.b.) Wenn ja, wie**

- ☐ negativ
- ☐ positiv      20.c.) Wodurch?.....

**21. Empfindest du es leichter über Facebook Freundschaften zu knüpfen, als im realen Leben?**

- ☐ Ja
- ☐ Nein
- ☐ das weiß ich nicht

**21.a.) Wenn ja, wodurch? (Mehrere Antworten sind möglich!)**

- ☐ Ich kann gezielt Freunde nach gemeinsamen Ähnlichkeiten suchen und habe so gleich ein Gesprächsthema.
- ☐ Mir fällt das „Anschreiben“ eines zukünftigen Freundes leichter als ein Ansprechen.
- ☐ Ich kann mir meine Worte genau überlegen, bevor ich diese sende, ohne wie eventuell im realen Leben eine „peinliche Stille“ zwischen den Gesprächspartnern (Freunden) entstehen zu lassen.
- ☐ Äußerlichkeiten (Style, Gestik, Mimik, Größe...) sind bei der Suche nach Freunden bei Facebook eher zweitrangig, deswegen ist die Kontaktaufnahme zu neu-en Freunden leichter
- ☐ Ich bin nicht gezwungen, wie eventuell bei einem face-to-face Gespräch, auf Kommentare zu antworten; ich kann dies nach Belieben auf später verschieben oder ignorieren und gar nicht kommentieren

**Fragebogen für die Befragungsgruppe 15-20, 21-30, 31-40, 41-50  
Jahre und 51 und Älter**

**1. Wie alt sind Sie?**

- ☐ 15-20
- ☐ 21-30
- ☐ 31-40
- ☐ 41-50
- ☐ 51 oder älter

**2. Geschlecht**

- ☐ Männlich
- ☐ Weiblich

**3. Welcher Tätigkeit gehen Sie nach?**

- ☐ SchülerIn/Auszubildender
- ☐ StudentIn
- ☐ ArbeitnehmerIn
- ☐ ArbeitgeberIn

**4. Wie lange sind Sie schon bei Facebook registriert?**

- ☐ erst seit ein paar Wochen/Monaten
- ☐ seit einem Jahr
- ☐ 2 Jahre oder länger

**5. Wofür nutzen Sie Facebook? (Mehrere Antworten sind möglich!)**

- ☐ um mich mit Freunden auszutauschen
- ☐ für meinen Job
- ☐ um mich über meine Mitmenschen zu informieren
- ☐ um mitreden zu können

**6. Wie viele Freunde haben Sie bei Facebook? ...**



**7. Wie viele Ihrer Freunde auf Facebook haben Sie schon persönlich getroffen?**

- ☐ Alle
- ☐ Bis auf den einen oder anderen jeden
- ☐ Mit Sicherheit nicht alle
- ☐ Mit den meisten habe ich nur über das Internet Kontakt!

**8. Freundschaftsanfragen werden von Ihnen:**

- ☐ immer bestätigt
- ☐ meist bestätigt
- ☐ genau geprüft und gegebenenfalls auch abgelehnt

**9. Nach welchen Kriterien stimmen Sie Freundschaftsanfragen bei Facebook zu? (Mehrere Antworten sind möglich!)**

- ☐ wenn ich die anfragende Person kenne, bzw. ich mit ihr/ihm auch außerhalb von Facebook befreundet bin
- ☐ wenn sie/er attraktiv ist
- ☐ wenn ich ihr/sein Profil interessant finde, weil ich Gemeinsamkeiten zu meiner Person/Einstellung finde
- ☐ weil sie/er Facebook-FreundIn von anderen Freunden von mir ist

**10. Welche Qualität haben diese Freundschaften für Sie? (Wählen Sie bitte in der Skala von 1-4, die 1 steht für „sehr hoch“, die 4 für „sehr niedrig“!)**

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4

**11. Was zeichnet für Sie eine Facebook Freundschaft aus? Finden Sie dazu bitte ein bis zwei passende Adjektive (Eigenschaftswort)....**

**12. Stellen Sie sich im Internet anders dar, als im realen Leben?**

- ☐ Nein
- ☐ Ja

**12.a.) Wenn ja, wie stellen Sie sich dar?**

**(Bsp. interessanter, klüger, anderes Aussehen ...).....**

**13. Ist es Ihnen wichtig, sich (für andere) bestmöglich darzustellen?**

- ☐ Ja
- ☐ Nein

**14. Sehen Sie Facebook und andere Community Seiten auch als Partnerbörse? (Mehrere Antworten sind möglich!)**

- ☐ Eventuelle Partner suche ich im realen Leben
- ☐ Sollte sich etwas ergeben - wieso nicht?
- ☐ Schon öfters habe ich gezielt nach Singles gesucht.
- ☐ ich habe schon einen Partner über derartige Seiten gefunden

**15. Finden Sie, dass Facebook Ihr Leben bereichert?**

- ☐ Ja
- ☐ Nein

**15.a.) Wenn ja, warum?.....**

**16. Wie oft loggen Sie sich auf Facebook ein?**

- ☐ täglich
- ☐ mehrmals täglich
- ☐ unregelmäßig

**17. Wie viele Freunde haben Sie im realen Leben?.....**

**18. Welche Qualität haben für Sie reale Freundschaften? (Wähle bitte Sie in der Skala von 1-4, die 1 steht für „sehr hoch“, die 4 für „sehr niedrig“!)**

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4

**19. Was zeichnet für Sie Freundschaft aus? Finden Sie dazu bitte ein bis zwei passende Adjektive (Eigenschaftswort).....**

**20. Die Mehrzahl meiner Freunde sind bei Facebook registriert**

- ☐ Ja
- ☐ Nein

**20.a) Haben sich Ihre Freundschaften durch das Internet verändert?**

- ☐ Nein
- ☐ Ja

**20.b.) Wenn ja, wie**

- ☐ negativ
- ☐ positiv

**20.c.) Wodurch? .....**

**21. Empfinden Sie es leichter über Facebook Freundschaften zu knüpfen, als im realen Leben?**

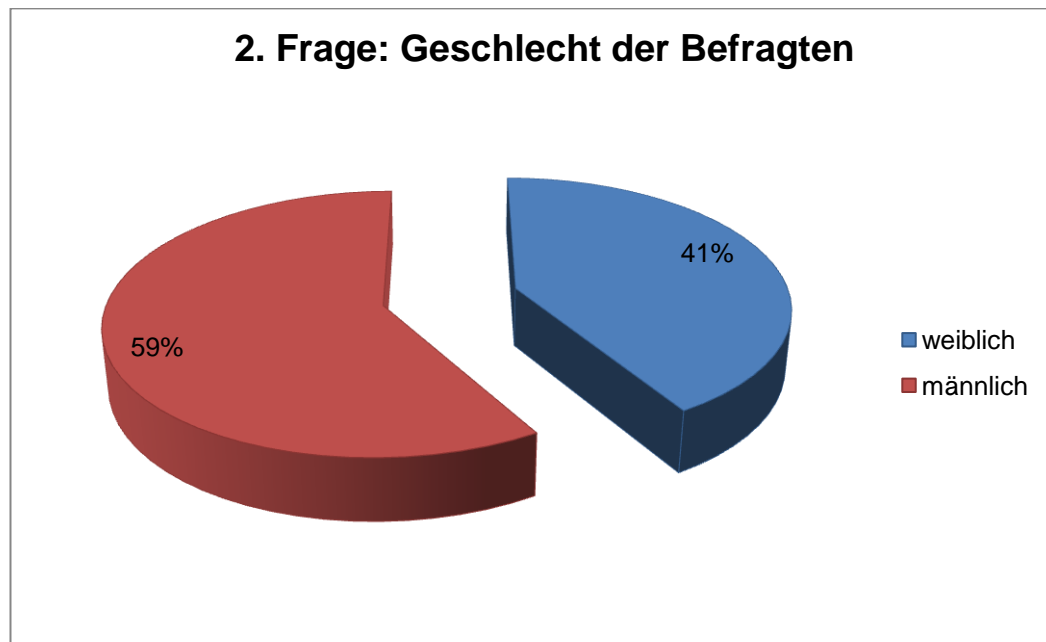
- ☐ Ja
- ☐ Nein
- ☐ das weiß ich nicht

21.a.) **Wenn ja, wodurch? (Mehrere Antworten sind möglich!)**

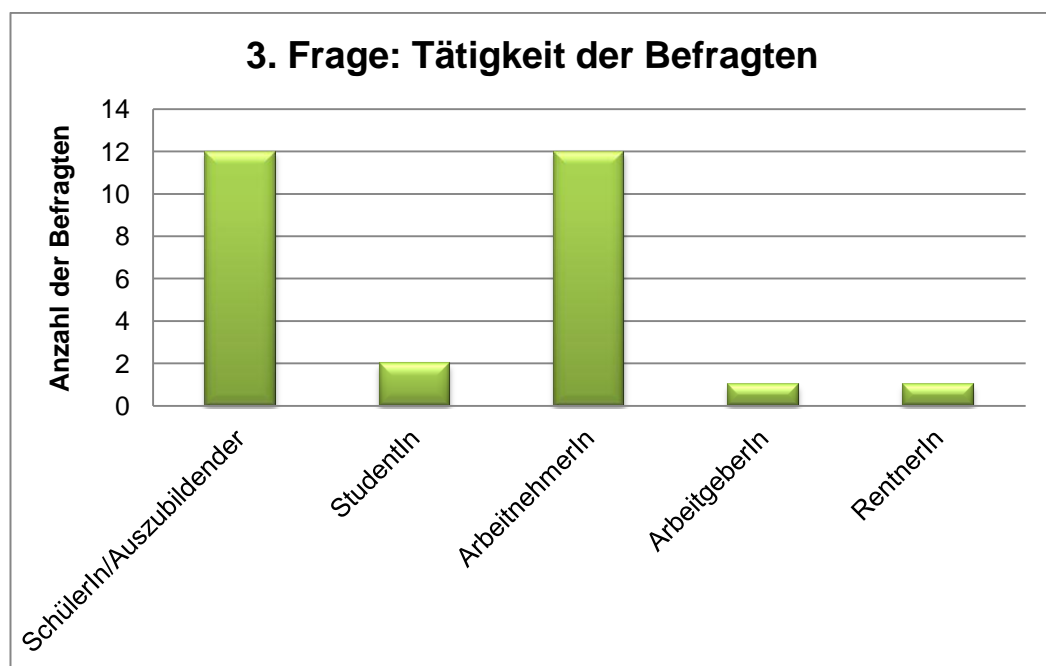
- ☐ Ich kann gezielt Freunde nach gemeinsamen Ähnlichkeiten suchen und habe so gleich ein Gesprächsthema.
- ☐ Mir fällt das „Anschreiben“ eines zukünftigen Freundes leichter als ein Ansprechen.
- ☐ Ich kann mir meine Worte genau überlegen, bevor ich diese sende, ohne wie eventuell im realen Leben eine „peinliche Stille“ zwischen den Gesprächspartnern (Freunden) entstehen zu lassen.
- ☐ Äußerlichkeiten (Style, Gestik, Mimik, Größe...) sind bei der Suche nach Freunden bei Facebook eher zweitrangig, deswegen ist die Kontaktaufnahme zu neu-en Freunden leichter
- ☐ Ich bin nicht gezwungen, wie eventuell bei einem face-to-face Gespräch, auf Kommentare zu antworten; ich kann dies nach Belieben auf später verschieben oder ignorieren und gar nicht kommentieren

## Auswertung der Fragebögen

Die Auswertung der Frage 1. und die Abbildung dazu befinden sich im fortlaufenden Text.

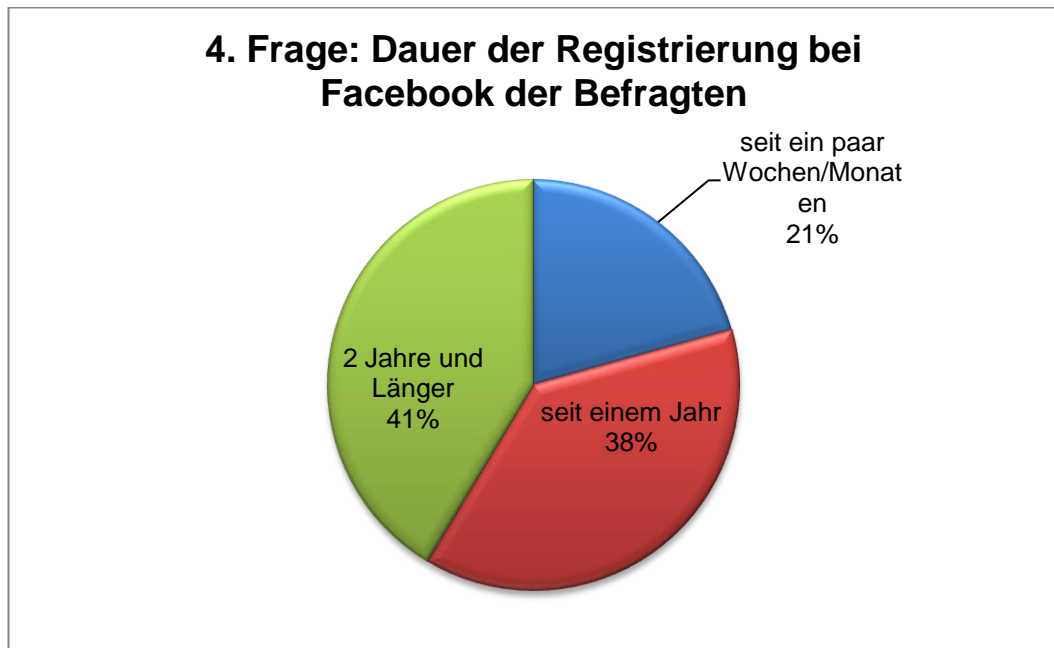


(Abbildung 14)

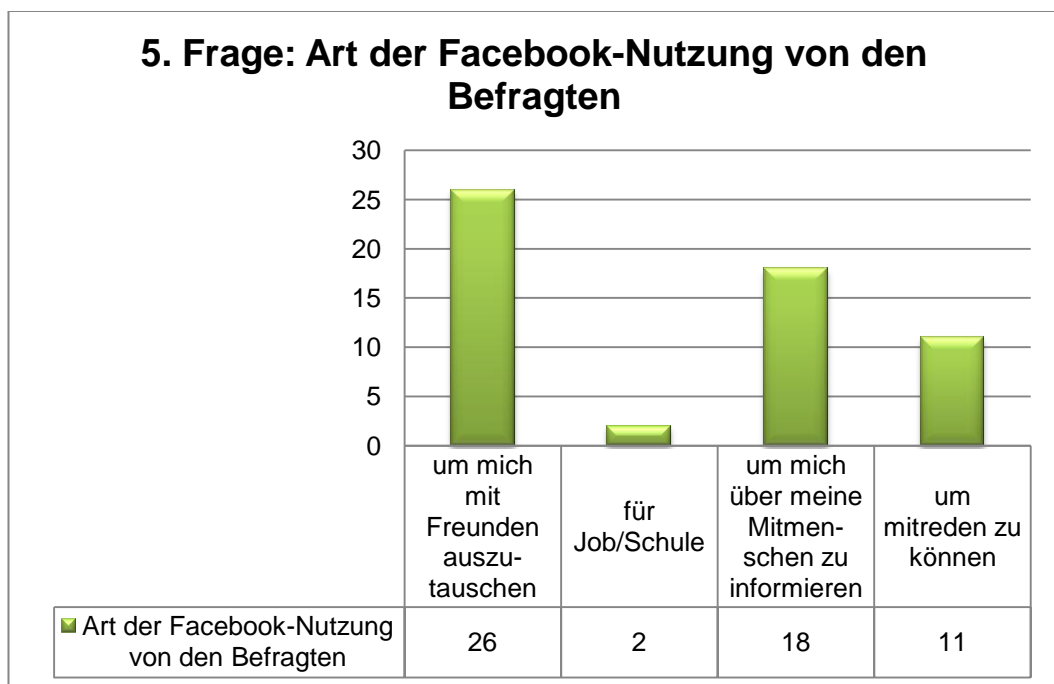


(Abbildung 15)

Die Auswertung der Frage 4. a. und b. und die Abbildungen dazu befinden sich im fortlaufenden Text.

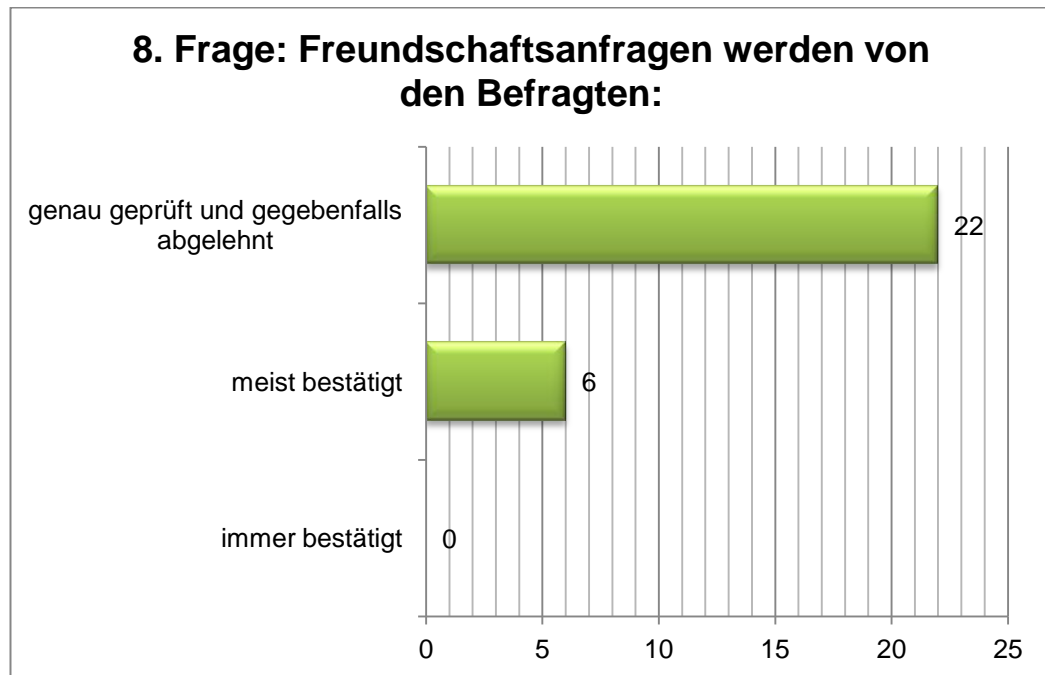


(Abbildung 16)



(Abbildung 17)

Die Auswertung der Frage 6. und 7. und die Abbildungen dazu befinden sich im fortlaufenden Text.



(Abbildung 18)

Die Auswertung der Fragen 9. und 10. und die Abbildungen dazu befinden sich im fortlaufenden Text.

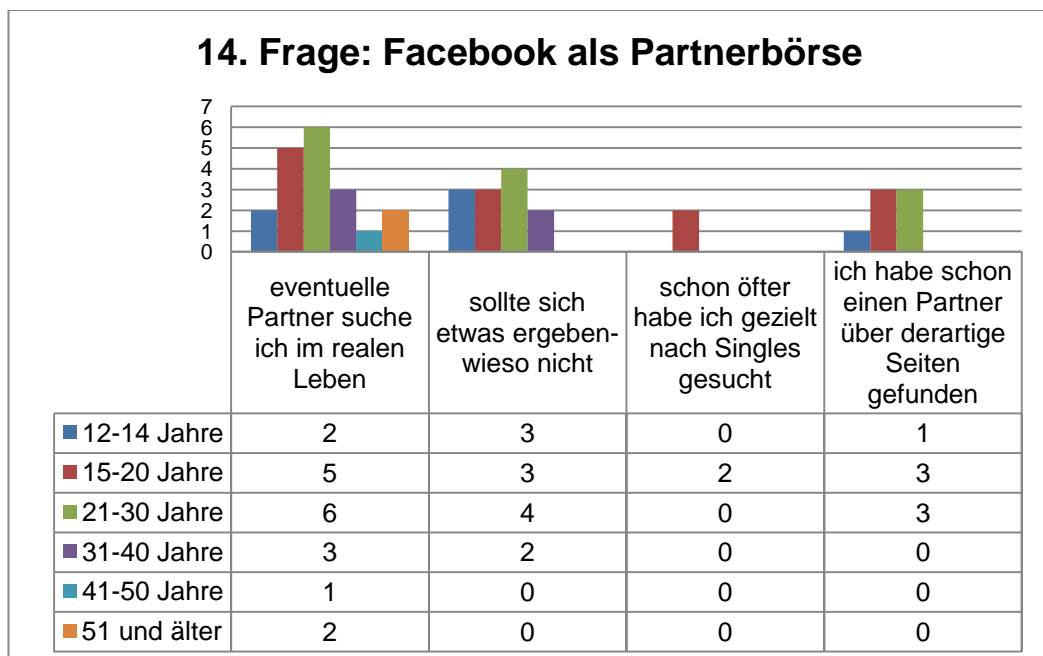
**11. Frage: Was zeichnet für die Befragten eine Facebook-Freundschaft aus?**

Befragungsgruppe (Alter)	Anzahl der Befragungsgruppe	Anzahl der Befragten, die eine Aussage getroffen haben	Häufigkeitsvorkommen der jeweiligen Aussagen/ Eigenschaftswort
12-14 Jahre	4	1	1* ist nicht so sehr wichtig wie eine reale Freundschaft
15-20 Jahre	8	3	2* mobil 1* reden

21-30 Jahre	10	7	1* schön 1* freizügig, individuell, komfortabel 1* kontakt-freudig, interessant 1* oberflächlich, einfach 1* vertrauen, da zu sein 1* real, unkompliziert 1* unverbindlich
31-40 Jahre	3	3	2* oberflächig 1* eng 1* unpersönlich 2* spaßig 1* informativ 1* unbeschwert
41-50 Jahre	1	1	1* freundlich, kompetent
51 und älter	2	1	1* informativ, wahr- heitsgemäß

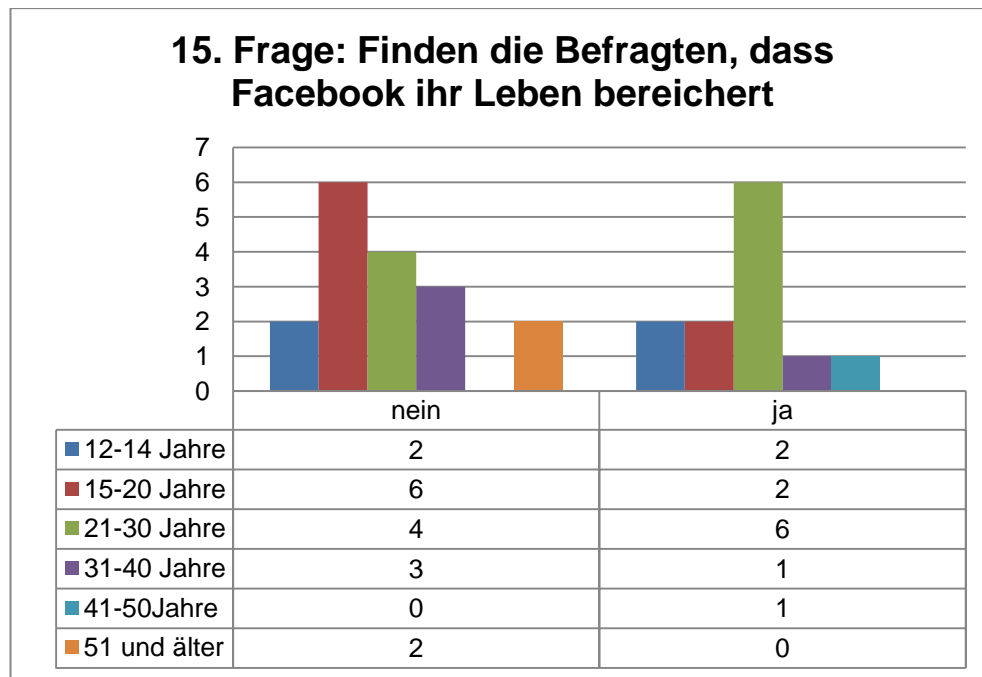
(Abbildung 19)

Die Auswertungen der Fragen 11., 12. Und 13. und die Abbildungen dazu befinden sich im fortlaufenden Text.



(Graphik 20)





(Abbildung 21)

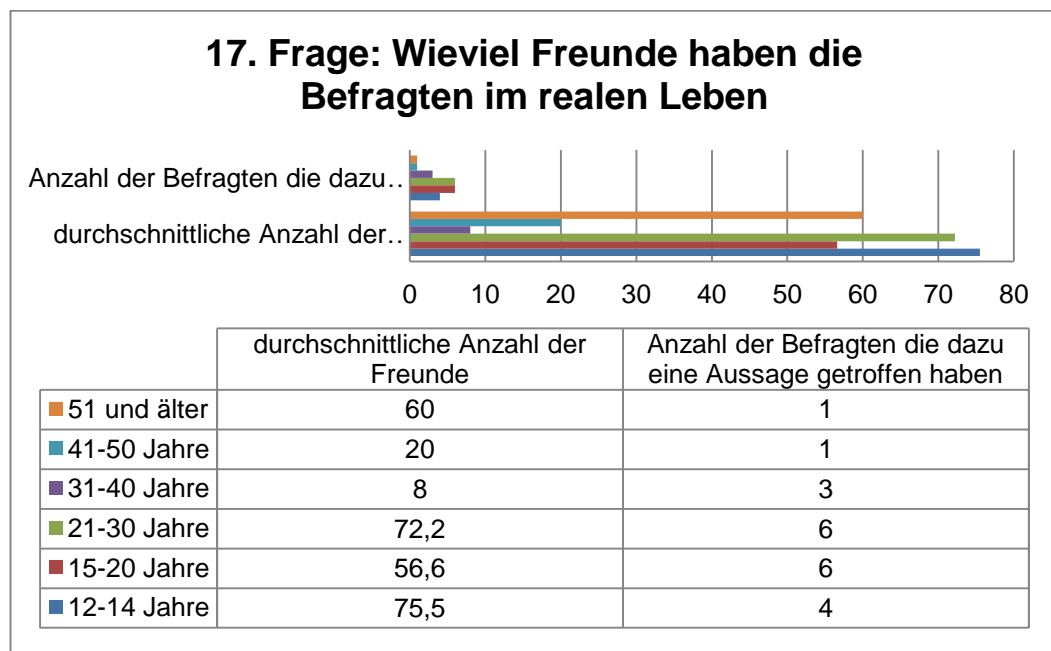
**15.a.) Frage: Warum bereichert Facebook ihr Leben?**

Befragungsgruppe (Alter)	Aussage
12-14 Jahre	<ul style="list-style-type: none"> <li>- gegen <b>Langweile</b></li> <li>- <b>zum Austausch</b> nach der Schule</li> </ul>
15-20 Jahre	<ul style="list-style-type: none"> <li>- mit Freunden <b>Treffen aus-</b> <b>machen</b>, die man sonst nicht mehr sieht</li> </ul>
21-30 Jahre	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>gegen Langweile</b></li> <li>- in kürzester Zeit <b>erfährt man alles</b> über seinen Freundeskreis</li> <li>- <b>kennenlernen</b> anderer Menschen</li> <li>- kann <b>über Probleme reden</b> und anderen helfen</li> <li>- <b>man trifft alte Bekannte</b> wieder</li> <li>- <b>einfacher Kontakt</b></li> <li>- man bleibt „<b>up to date</b>“</li> <li>- der Kontakt ist <b>billiger</b> als SMS schreiben</li> <li>- leichte <b>Meinungswiedergabe</b> auf der Plattform</li> </ul>

<b>31-40 Jahre</b>	- schnell <b>und</b> einfacher Kontakt
<b>41-50 Jahre</b>	- Dadurch können leichter <b>Kunden erreicht und gewonnen</b> werden

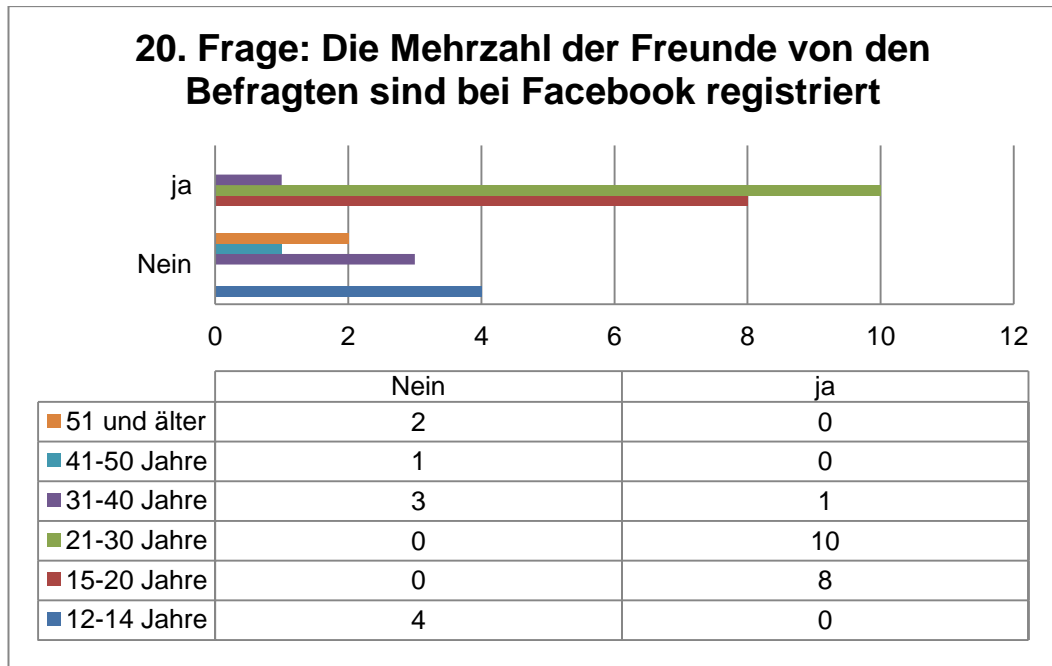
(Abbildung 22)

Die Auswertung der 16. Frage und die Abbildung dazu befinden sich im fortlaufenden Text.

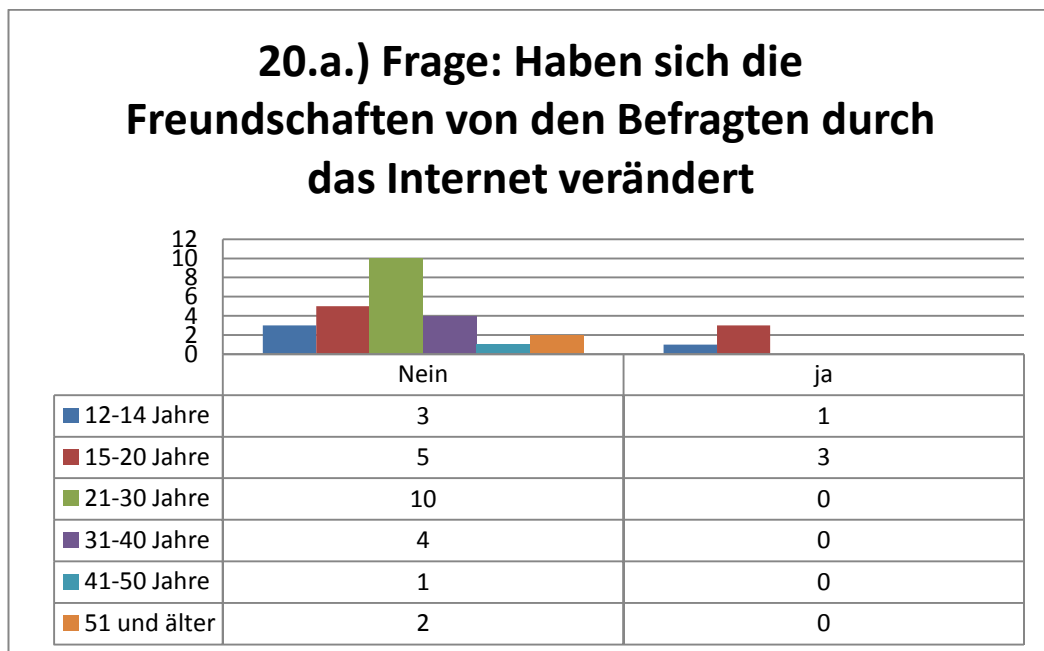


(Abbildung 23)

Die Auswertung der Fragen 18. und 19. Und die Graphiken befinden sich im fortlaufenden Text.



(Abbildung 24)



(Abbildung 25)

Die Auswertung der 21. Frage und die Abbildung dazu befinden sich im fortlaufenden Text.

## Quellen und Literatur

Arbeitsrecht. (2012): Immer mehr Arbeitgeber sehen sich die facebook Seite von Bewerbern an und sagen dann ab! (<http://www.ihrarbeitsrecht.de/586/immer-mehr-arbeitgeber-sehen-sich-die-facebook-seite-von-bewerbern-an-und-sagen-dann-ab-2/> , verfügbar am 20.12.2012).

Atteslander, P. (1993): Methoden der empirischen Sozialforschungen. Berlin: Walter de Gruyter.

Auhagen, A. E. (1996): Adult friendship. in: Auhagen A. E. und Salisch M. Hrsg., The Diversity of Human Ralationship. New York: Hofgrete. S. 229-247.

Auhagen, A. E. (2006): Freundschaft Friendship. in: Bierhoff H.-W. und Frey D. Hrsg., Handbuch der Psychologie und Kommunikationspsychologie. Göttingen: Hofgrete. S. 202-205.

Auhagen, A. E. (1993): Freundschaft unter Erwachsenen. in: Auhagen A. E. und Salisch M., Hrsg.: Zwischenmenschliche Beziehungen. Göttingen: Hofgrete. S. 215-232.

Detten, v. P., Faude, O., & Meyer, T. (2008): Leitfaden zur statistischen Auswertung von empirischen Studien ([http://dsg.uni-paderborn.de/fileadmin/dsg/ab3/Leitfaden\\_zur\\_statistischen\\_Auswertung\\_von\\_Studien.pdf](http://dsg.uni-paderborn.de/fileadmin/dsg/ab3/Leitfaden_zur_statistischen_Auswertung_von_Studien.pdf), verfügbar am 17.12.2012).

Döring, N. (2000): Romantische Beziehung im Netz. in: Thimm C., Soziales im Netz. Wiesbaden: Westdeutscher. S. 39-65.

Döring, N. (2003): Sozialpsychologie des Internets. Die Bedeutung des Internet für Kommunikationsprozesse, Identität, soziale Beziehungen und Gruppen. Göttingen: Hofgrete.

Dworschak M. (07. 05 2012): Planet der Freundschaft, in: Der Spiegel. S. 125-134.

Farke, G. (2011): Gefangen im Netz? Onlinesucht: Chats, Onlinespiele, Cypersex. Bern: Hofgrete.

Hardung, M. (2012): Mangelware Freundschaft - Können wir ohne Freunde leben? (<http://www.br.de/fernsehen/br-alpha/sendungen/alpha-campus/doku/freundschaft-102.html>, verfügbar am 27.12.2012).

Hiebler, H. (2007): Analog/digital - Zur Medienkulturgeschichte der Beziehung(slosigkeit) von Medien und Realität. in: Faulstrich W., Beziehungskulturen. München: Wilhelm Fink. S. 112-126.

Kanevski, R., Salisch, M. (2011): Peer-Netzwerke und Freundschaften in Ganztagschulen. Weinheim, Basel: Beltz Juventa.

Krones, S. (2011): Der Zwang zur Freiheit. Freundschaft und Liebe im digitalen Zeitalter (<http://www.susanne-krones.de/2011/10/31/der-zwang-zur-freiheit-freundschaft-und-liebe-im-digitalen-zeitalter/>, verfügbar am 08.01.2013).

Mummendey, H. D. (1995): Psychologie der Selbstdarstellung 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Göttingen: Hogrefe.

Mummendey, H. D. (2006): Selbstdarstellung. in: H.-W. Bierhoff H.-W. und Frey D. Hrsg., Handbuch der Sozialpsychologie und Kommunikationspsychologie. Göttingen: Hogrefe. S. 49-56.

Nerdinger, F. W. (2001): Psychologie des persönlichen Verkaufs. München: Oldenbourg.

Ochmann, F. (2012): Die Last mit den "Likes" (<http://www.stern.de/wissen/mensch/kopfwelten-zu-facebook-und-co-die-last-mit-den-likes-1676201.html>, verfügbar am 11.05.2012).

Paechter, M. (2006): Soziale Beziehungen im Internet. in: Bierhoff H.-W., und Frey D. Hrsg., Handbuch der Psychologie und Kommunikationspsychologie. Göttingen: Hogrefe. S. 610-616.

Raab-Steiner, E., Benesch, M. (2008): Der Fragebogen. Wien: Facultas.

Richards, A. L. (1991): Rousseau, Dr Jekyll und Mr. Hyde. in: Böhm W. und Grell F. Hrsg., Jean-Jacques Rousseau und die Widersprüche der Gegenwart. Würzburg: Ergon. S. 71-79.

Roth, P. (2012): [Nutzerzahlen Facebook] ([http://allfacebook.de/zahlen\\_fakten/deutschland-oktober-2012/](http://allfacebook.de/zahlen_fakten/deutschland-oktober-2012/) verfügbar am 03.11.2012).

Schima, P. (2001): Freundschaftsüberblick - Ein Literaturüberblick zum Zusammenhang von Freundschaft und Persönlichkeit. Norderstedt: Books on Demand.

Steil, D. (2012): Facebook plant Zugang für unter 13-Jährige ([http://www.focus.de/digital/internet/facebook/spezieller-zugang-fuer-kinder-facebook-plant-zugang-fuer-unter-13-jaehrige\\_aid\\_762144.html](http://www.focus.de/digital/internet/facebook/spezieller-zugang-fuer-kinder-facebook-plant-zugang-fuer-unter-13-jaehrige_aid_762144.html), verfügbar am 10.01.2012).

Stuber, R. (2011): Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook - Twitter - Xing & Co. Düsseldorf: Data Becker.

Thimm, C. (2000): Einführung: Soziales im Netz - (Neue) Kommunikationskulturen und gelebte Sozialität. in: Thimm C. Hrsg., Soziales im Netz. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag. S. 7-11.

Tovar, C. (2012): Freundschaft - gemeinsam durch dick und dünn]([http://www.planet-wissen.de/alltag\\_gesundheit/psychologie/freundschaft/index.jsp](http://www.planet-wissen.de/alltag_gesundheit/psychologie/freundschaft/index.jsp), verfügbar am 07.01.2013).

Weyers, S. (2011): Qualitative vs. quantitative Sozialforschung -zwei Grundpositionen empirischer Wissenschaft ([http://www.uni-frankfurt.de/fb/fb04/personen/weyerss/SoSe08\\_MeS/2Qualitativ\\_quantitativ\\_netz1.pdf](http://www.uni-frankfurt.de/fb/fb04/personen/weyerss/SoSe08_MeS/2Qualitativ_quantitativ_netz1.pdf), verfügbar am 23.12.2012).

Zuckerberg, M. (2004): [facebook] (<http://de-de.facebook.com/>, verfügbar am 20.10.2012).

## **Selbstständigkeitserklärung**

Ich erkläre, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe.

Bearbeitungsort, Datum

Unterschrift